

YOU

Enora Bource

Sommaire

Introduction	4
Image de soi	14
Se dessaisir de l'image de soi	16
Le regard caméra comme générateur de désir	26
Réappropriation de son image en ligne	30
L'intime	46
L'écriture par la vidéo et le journal intime filmé	50
Lifecasting et Videoblogging	60
	70
La figure de l'Influenceur-se	
Le Cool Kid et l'Influenceur-se	72
	92
L'acte artistique de se filmer soi-même	
Se filmer jusqu'à sa mort	96
L'auto-filmage dans l'art	106
Conclusion	116
Bibliographie & Filmographie	120
Remerciements	122

Introduction

L'image est actuellement au centre de nos cultures, nos moyens de penser, de communiquer. Selon la philosophe de l'image Marie-Josée Mondzain nous apprenons, croyons, transmettons, informons par et grâce à l'image. Nous sommes dans ce que l'on appelle une Iconocratie. C'est ce contexte qui a permis l'apparition des *visual studies* ou *études de l'image*. Un de ses principaux acteurs contemporains, l'historien de l'art William John Thomas Mitchell, nous parle même de *pictorial turn* ou encore de *visual turn*, pour lui nous sommes à ce tournant iconique. A l'image du tournant linguistique, l'image aurait pris sa place comme moyen d'expression majeur de nos sociétés en tant qu'outil d'accès au monde et se détacherait de plus en plus de la linguistique pour adopter un langage propre et indépendant. L'image a donc beaucoup évolué et continue de le faire, cette évolution passe par de nouveaux usages mais aussi par la création de nouvelles plateformes. Ces dernières donnent de nouveaux espaces aux images ainsi que de nouveaux contextes, ces lieux sont principalement des réseaux sociaux. Parce qu'elle est presque entièrement tournée vers l'image, on pense alors à la plateforme Instagram, créée en 2010 par Kevin Systrom, qui permet de mettre en ligne des images via son smartphone et de les annoter d'un commentaire, de hashtags ou d'emojis. Cependant mon objet d'étude est, lui, présent sur la plateforme YouTube qui n'est pas un réseau social de contact mais bien un réseau social numérique de contenu, selon la classification offerte par Mike Thelwall¹, professeur des sciences de l'information à Oxford. On comprend dès lors la distinction entre les deux réseaux : l'un, même s'il est tourné vers le partage de l'image a pour essence son rôle de contact, le contenu passant de façon secondaire; tandis que le deuxième, orienté sur la création d'un contenu, pourra ensuite mener au contact.

1. M. Thelwall, Social networks sites: Users and uses, dans M. Zelkowitz (Ed.), *Advances in Computers*, Amsterdam, Elsevier, 2009, p. 19-73.

Cette plateforme, qui permet à n'importe qui de s'inscrire et de mettre en ligne des vidéos, voit le jour en 2005 grâce à Chad Hurley, Steve Chen et Jawed Karim. En 2006, l'année de son rachat par Google, le site est le 5ème plus visité au monde et comptabilise 100 millions de vidéos vues par jour et 65 000 vidéos mises en ligne par jour. Aujourd'hui c'est près de 300 heures de vidéos mises en ligne par minute, plus de 5 milliards de vidéos mises en lignes au total, 50 millions de créateurs et 150 millions d'heures regardées par jours, devenant ainsi le deuxième moteur de recherche le plus utilisé après Google². Le 23 avril 2005 est mise en ligne la première vidéo sur le site, intitulée *Me at the zoo*³. On peut y voir Jawed Karim au Zoo de San Diego parler de la trompe d'un éléphant. Par cette simple vidéo et par son titre les fondateurs ont déjà, sans doute inconsciemment, lancé une certaine représentation de soi qui se retrouvera dans énormément de vidéos postées sur la plateforme. Même s'il est filmé par une tierce personne, le titre même de la vidéo place Karim en personnage principal, il est filmé dans un moment qui constitue une part de son quotidien : la visite d'un zoo. Le lieu est encore public et ne relève pas du privé contrairement aux vidéos qui suivront les débuts de YouTube. Celles-ci nous montreront des étudiants à l'université entre amis se faisant des *pranks*, un genre qui lui aussi deviendra populaire sur YouTube. Ces étudiants sont dans leurs dortoirs, entre amis, on entre alors peu à peu dans une sphère plus privée, intime. En parallèle se développent de nouvelles formes d'écriture qui vont peu à peu passer par la vidéo. D'abord sous forme de blogs, les journaux intimes se popularisent sur internet mais, au début des années 2000, vont apparaître ce qui sera d'abord appelé vidéos blog, vidéo log ou encore vlog. Adam Kontras, un acteur, réalisateur et animateur de radio américain proclame ses vidéos comme étant les premiers vlogs sur internet.

2. Chiffres publiés en Juin 2018 par l'agence Omnicore.

3.



Ce qui serait une version actuelle de *Me at the zoo*.



WE WENT TO THE ZOO! | JAZMINE AND NICK

23,472 views

👍 1K 📺 14 ➦ SHARE 📌 SAVE ⋮



Jazmine and Nick ©
Published on May 14, 2016

SUBSCRIBE 209K

4. <http://www.4tvs.com>

5.



Entry #1 - Talk about moving in the 21st Century (World's first video blog)

À l'occasion du passage au nouveau millénaire il met en ligne sur son site⁴ déjà alimenté depuis plusieurs années de textes, une vidéo, intitulée *Entry #1 - Talk about moving in the 21st century...*⁵, de 15 secondes le représentant lui et sa femme faisant entrer en douce leur chat dans un hôtel lors de leur déménagement. Cette première vidéo marquera le début de l'enregistrement en continu de sa vie, sans arrêt jusqu'à aujourd'hui. Cependant il choisit délibérément de toujours relier les vidéos, même si elles sont aujourd'hui hébergées sur YouTube, à un texte lisible directement sur son site. Certaines vidéos ne sont d'ailleurs pas compréhensibles par elle-mêmes et nécessitent cet apport.

En décembre de la même année, Adrian Miles, un professeur en études du cinéma et des médias à L'université Royale de Melbourne, va créer avec la vidéo Wednesday Bergen ce qu'il nomme un vog, une autre contraction de vidéo blog. Cette vidéo nous montre, durant 1 minute 45 la route entre l'aéroport d'Oslo et la ville, à l'image on peut lire en anglais un texte qui défile petit à petit. Ce texte est ce que Miles a appelé *Vogma, a manifesto*, il y décrit en neuf points ce qu'est un vog :

"The Vogma Manifesto

[in no particular order]

1. a vog respects bandwidth
2. a vog is not streaming video
(this is not the reinvention of television)
3. a vog uses performative video and/or audio
4. a vog is personal
5. a vog uses available technology
6. a vog experiments with writerly video and audio
7. a vog lies between writing and the televisual
8. a vog explores the proximate distance of words and moving media
9. a vog is dziga vertov with a mac and a modem ".⁶

6. « Le manifeste Vogma
[dans aucun ordre particulier]

1. un vog respecte la bande passante
2. un vog n'est pas une vidéo en diffusion continue
(ce n'est pas la réinvention de la télévision)
3. un vog utilise la vidéo et/ou l'audio performatif
4. un vog est personnel
5. un vog utilise la technologie disponible
6. un vog expérimente avec la rédaction vidéo et audio
7. un vog est entre l'écriture et le télévisuel
8. un vog explore la distance proche entre mots et médias animés
9. un vog est dziga vertov avec un mac et un modem ». <http://vogmae.net.au>

Ce texte était aussi publié de façon à accompagner la vidéo sur le blog de Miles, à la manière de Kontras. Comme ce dernier, Adrian Miles réalise principalement des vidéos courtes de quelques secondes à quelques minutes car, à cette époque, la bande passante limite la capacité de téléchargement notamment par son coût. Miles le souligne d'ailleurs dès le premier critère du vlog dans son manifeste. On peut déjà distinguer deux visions très différentes du vlog/vog. Si le premier est plus dans une collecte d'images ou de pensées de son quotidien qui viendraient alimenter un journal intime en ligne, le second est, lui, déjà dans une revendication de l'acte. Miles se détache du simple journal, il est déjà dans une recherche de compréhension du pourquoi filmer son quotidien. Il affirme son procédé et, sans le savoir, va en effet mettre en place certaines règles du vlog/vog qui perdurent encore aujourd'hui. Enfin, il évoque en dernier Dziga Vertov et donc à la fois le mouvement Kino-pravda, le "ciné-vérité" et son film *L'homme à la caméra* (1929)⁷ qui nous montrait aussi, à sa manière, une réalité transcrite par l'oeil du caméraman. Cette référence renforce l'idée d'un acte performé, conscient et même artistique dans les vogs de Miles. A ses débuts et avant la création de YouTube, le vlog s'apparente plus à une vidéo contenant un plan unique, court, relatant une partie du quotidien de ses créateur-riche-s. Il se rapproche plus d'un journal intime filmé mis en ligne sur un blog et il est souvent accompagné d'un texte éclairant ou complétant la vidéo, sûrement parce que la durée limitée de la vidéo ne permet pas une expression totale de la personne. Ce type de vidéo existe toujours sur YouTube même mais ne peut s'apparenter à la pratique du vlog comme elle se fait aujourd'hui. la distinction principale que nous pourrions établir est, notamment si l'on s'intéresse au travail de Miles, l'absence du visage de la personne qui filme, que ce soit en facecam ou dans une position que l'on peut nommer selfie.

7.



8. Nous utiliserons cet anglicisme qui semble être l'utilisation la plus courante du terme.

9. Capture d'écran de la vidéo *Papa est malade* - Family vlog (2018), Journal d'une maman.



Dans les vlogs aujourd'hui, la personne qui filme est toujours, à un moment ou à un autre, incluse elle-même dans le champ de la caméra d'une façon ou d'une autre. Le-a vlogger⁸ devient le personnage principal de ses vidéos et en est l'élément principal qui fait que cette vidéo existe. Adam Kondras a procédé au facecam dès les débuts de ses vidéos, que ce soit pour expliquer sa situation ou chanter façon karaoké, il n'a adopté la position selfie que plus tard avec la popularisation du procédé et l'arrivée de nouveaux outils de capture vidéo comme les téléphones portables. On peut alors séparer les vlogs d'aujourd'hui de ce que nous appellerons des journaux intimes filmés qui, eux, ne se débarrassent pas forcément de ce que l'on appelle le 4ème mur, c'est-à-dire l'écran, l'espace parfois invisible qui sépare et met une distance entre ceux qui montrent et ceux qui regardent. Un vlog est donc un projet individuel ou collectif filmé⁹ et narré par la ou les même personnes. Il peut aussi se passer de montage et donne ainsi une vidéo filmée en une seule prise. Le vlog est représentatif du quotidien de son auteur-e sur une durée journalière, hebdomadaire, mensuelle ou encore de façon ponctuelle lors d'événements particuliers. Sa durée varie et peut atteindre jusqu'à une heure selon les envies du le-a vlogger. Il peut être narré par la personne qui filme en simultanément, contenir une voix off ou encore du texte ajouté en postproduction à l'écran dans une même vidéo. On comprend rapidement que les vlogs fonctionnent dans la dualité, celui ou celle qui regarde l'objectif pour regarder un autre qui n'est pas là et, en face, celui ou celle qui regarde l'image de l'autre à travers l'écran. Parce que YouTube est accessible à presque tous-tes et que le matériel nécessaire pour se filmer est accessible à presque tous-tes, chacun-e peut devenir et jouer à l'autre facilement. Notre étude se concentrera donc sur les vlogs exclusivement présents sur la plateforme YouTube ainsi que les questionnements qu'ils sous-entendent par leur nouveauté et la nouveauté de leur plateforme.

Nous évoquerons en premier la question de l'image, pourquoi et comment les vlogs nous permettent d'en avoir une vision actuelle, notamment à travers l'image de soi. En quoi les vlogs permettent de s'en dessaisir par la vidéo, comment le regard de la caméra fonctionne en tant que générateur de désir mais aussi comment les individus se réapproprient leur image par ce procédé. Nous nous dirigerons ensuite vers l'aspect de l'intime dans les vlogs en passant par ce qui serait une écriture vidéo et/ou un journal intime filmé. On pourra ensuite rapprocher cela de la pratique du "lifecasting" à la fin des années 90 et au début des années 2000. Viendra ensuite une présentation de la figure de l'influenceur·se, comment iel s'est constitué·e par le personal branding et la publicité sur YouTube, grâce notamment à la figure du Cool Kid. Enfin, l'analyse se portera sur un rapprochement du vlog à la scène artistique et en quoi certaines thématiques abordées se rejoignent, notamment sur la mort et l'auto-filmage. Si, en évoquant la question des vlogs, on s'intéresse surtout à un champ de l'image et des médias ainsi qu'à leurs théoricien·ne·s, le champ de l'art sera aussi présent dans l'analyse et dans les questionnements qui leur sont communs ainsi que les allers-retours qui semblent s'opérer entre eux. Cette étude est, pour moi, une introduction au sujet du vlog qui semble toucher et concerner de multiples milieux théoriques et questionnements artistiques •



Image tirée de la vidéo *3 days in Mexico travel VLOG ~ Frannerd* (2018), Fran Meneses



L'image de soi

Dans une étude du vlog il me semble essentiel d'aborder la notion de l'image de soi. Le soi comme autre à l'écran, le soi pour l'autre. On peut dès à présent remarquer trois formes d'expression de l'image de soi dans les vlogs : l'action de se dessaisir de l'image de soi par la vidéo, l'utilisation du regard caméra comme générateur de désir et la réappropriation de son image par les vlogs et la vidéo sur YouTube en général. Pour cela faut-il encore, dans la mesure du possible, comprendre ce qu'est une image et ce qu'est l'image de soi •

Se dessaisir de l'image de soi

L'image partout, l'image scientifique pour éduquer, l'image de presse pour informer, l'image historique pour transmettre, l'image artistique, l'image publicitaire, l'image familiale, l'image politique, l'image réappropriée et détournée à l'excès sur internet, l'image de soi.

L'image est questionnée depuis des siècles par nos civilisations mais la nature réelle des images est toujours incertaine. Comment fonctionnent-elles, que veulent-elles? Les débuts d'une réelle science ou d'une philosophie de l'image restent très récents puisque l'apparition des *visual studies* date des années 90, les discussions à son propos sont donc plus d'ordre philosophique et se poursuivent aujourd'hui .

Pour tenter de comprendre ce qu'est une image, il est important de réunir les idées et pensées de différents philosophes qui se sont tous-tourné-e-s vers la question de l'image et de son rôle. On peut commencer par le philosophe et professeur d'esthétique Emmanuel Alloa. Selon lui, l'image est une représentation d'une absence, elle rend présent ce qui est éloigné, elle agit comme un prétendant de l'être. Cette image prétendante va donc faire "comme si", faire semblant, elle agit comme un simulateur dans le sens où l'image prétend remplacer quelque chose en simulant de l'être. Il note que nous sommes aujourd'hui face à de nouvelles visualités. L'une serait celle du virtuelle¹, elle n'a pas de substance physique. L'autre pourrait être l'image de synthèse².

Il les analyse alors, à la manière de Deleuze, de façon Platonicienne, en comparant l'image virtuelle aux images-copies (eikônes) et les images de synthèse aux images simulacres (eidola). Le terme eikon désignait dans l'ancien grec une reproduction fidèle où l'image est semblable à quelque chose existant déjà. Pour Platon c'est une reproduction qui conserve les proportions et les couleurs de l'original, comme une imitation. Le terme Eidolon désigne quelque chose qui relève du double, c'est un porteur visuel d'illusion, c'est un leurre sans consistance. Il est confondu avec le représenté.

Alloa va ensuite distinguer deux théories, deux visions de l'image. Celle de la transparence qui voit l'image comme une proposition à deux termes, c'est-à-dire que l'image serait toujours l'image de quelque chose, elle ne peut s'en détacher et exister seule et en soi. La seconde théorie va s'y opposer et considérer l'image comme unique, elle coïnciderait avec son être et se suffit pour instituer et mettre en place son imagéité. Ces théories sont donc dans une opposition, pourtant, pour Alloa, elles se sont réunies. L'identification d'une image se retrouve dans un système de symboles qui lui est propre. L'image serait à la fois dans une transparence, une transitivity et dans une opacité, une intransitivity. L'image serait l'une et l'autre successivement, fenêtre et surface impenétrable à la fois.



1. Exemple d'image virtuelle.
Capture d'écran de la vidéo *Makeup Tutorial For My Vlogs (for unskilled people)* (2011), JennaMarblesVlog.



2. Exemple d'image de synthèse.
Capture d'écran de la vidéo *HOUSE TOUR | Barbie Vlog |* (2011), Barbie.

Pour approfondir la question de l'image je me tourne vers le philosophe et historien de l'art allemand, Gottfried Boehm. Ce dernier, à l'instar de Mitchell, a défini notre période comme tournant de l'image à travers ce qu'il va nommer l'*iconic turn* en 1994. Tous deux ont fondé les bases d'une science de l'image ensemble et de leur côté dans leurs pays respectifs. Ce qui les différencie est que Mitchell souhaite étudier les images dans les médias, c'est-à-dire leur implication technique, sociale et politique. Boehm considère, lui, que les images ont une logique inhérente. Pour ce dernier, les images nous mettent quelque chose sous les yeux. Par la transgression du tableau il établit que l'image a subi une mise à l'épreuve. L'image est alors devenue médium de communication quotidien, elle commencerait même à surpasser le langage dans les moyens d'expression de l'iconographie, nous sommes alors tous des iconographes nés car nous faisons appel, pour lui, à la transparence idéale de l'image. Celle-ci serait comme une vitre, une fenêtre sur un univers textuel qui renvoie à quelque chose d'autre, toujours de façon textuelle. Cette réalité existerait alors avant même l'existence de l'image. Selon cette théorie, l'image ne serait qu'une image-copie, eikon, et l'épistémé iconique n'existerait pas. C'est-à-dire que la vérité, la connaissance de l'image ne seraient pas.

Il détermine alors que réaliser une image c'est faire acte de différenciation. Il y aurait trois conditions à cet acte. Tout d'abord, les images s'incarnent et existent dans une matérialité et l'effet que produisent les images, va survivre à leur concepteur. Ensuite, le corps matériel des images prépare l'apparition de quelque chose dans un champ visuel qui se différencie. Cette apparition, cette émergence sera d'ordre matériel car le spectateur se déplace autour, vers et dans l'image.

Les images donnent donc accès à "une pensée par les yeux" qui ne passerait pas toute entière par le regard. Les images sont constituées d'un continu et d'images différenciables qui se montrent

devant ou en lui. Elles ne sont alors, non pas binaires, mais tertiaires en étant transparence et opacité à la fois. On peut donc parler d'une monstration des images. La logique des images implique des corps auxquels elles se montrent et par lesquels elles pensent se montrer. Il ajoute que l'imagéité ne dépend donc pas de l'objet représenté, car elles sont des monstrations ordinaires, elles fonctionnent et obtiennent leur imagéité par elles-mêmes. Enfin, les images mettent en lumière par leur essence. Leur fonctionnement est le fond déictique de toute expression, dans le sens où les images contextualisent ce qu'elles montrent.

Il ajoute que l'image est plus que le langage discursif car elle peut révéler une logique qui ne se limite plus à la dimension oppositive des signes, mais elle est aussi moins car elle ne peut égaler la généralité décontextualisée du langage. Puisque pour lui le langage est d'abord un système de geste et qu'il relie la main à la bouche, il conclut sur cette phrase :

"Penser l'image signifie dès lors, selon moi, penser l'unité toujours en tension entre l'oeil, la main et la bouche."³ •

3. Citation issue de Boehm Gottfried, Ce qui se montre. De la différence iconique, in Alloa Emmanuel (dir.), Penser l'image, Les Presses du réel, 2010, p.39.

En regroupant ce que disent ces deux penseurs on peut donc arriver à une esquisse de ce que serait l'image, ou du moins l'une des visions qui lui est attribuée. L'image nous renvoie toujours à quelque chose qui n'est pas là. Les images sont à la fois transparentes, images de quelque chose, et opaques, en ce qu'elles peuvent créer leur imagéité elles-mêmes. Cependant, pour les deux auteurs, l'image peut aussi naviguer entre ces deux statuts jusqu'à être à la fois l'un et l'autre. Ce fonctionnement de l'image nous permet de comprendre que l'image peut alors se distancier du langage et du texte en ce qu'elle a sa propre essence que nous sommes capables de "lire", car nous fonctionnons comme des iconographes plongés dans l'image depuis notre naissance.

A partir de ce début de compréhension de l'image, on peut commencer à parler de ce qu'est un être imageant et ce qu'est l'image de soi, notre propre représentation.

Pour cela, j'aimerais me baser sur le travail de Marie-Josée Mondzain, philosophe française et spécialiste de l'image. Pour elle, le sujet qui voit est toujours constitué en sujet imageant, grâce à cela le champ de la parole lui est ouvert. L'image est alors une condition pour permettre la visibilité chez le sujet parlant. Pour le psychanalyste Lacan, c'est l'accès à l'image de soi par le stade miroir qui permet l'accès à la parole et à l'action⁴. C'est au moment où nous reconnaissons notre reflet comme étant nous même que les fonction du *Je* se fondent. Cette reconnaissance va permettre à l'individu la construction symbolique de l'image de soi. Pour Lacan, ce stade va fonctionner comme la constitution d'une barrière, d'un rempart dans le rapport de l'individu face à l'autre, au monde. Cette image de soi sera, par la suite, en constante évolution. La représentation se fait en image et le sujet va comprendre le monde qui l'entoure à travers la conscience imageante. L'image est alors opérateur de séparation et le miroir, celui de l'identification différentielle par la duplication. Pour Mondzain, voir c'est donc à la fois se séparer, mais aussi se séparer de ce que le sujet voit et, enfin, se savoir vu. «Le sujet compose l'image du monde, qui le compose à son tour comme sujet qui voit».⁵ M-J. Mondzain nous parle aussi de l'importance des débats chrétiens autour du culte des icônes et, donc, de l'image. En effet, elle évoque l'iconoclasme chrétien du VIIIème et IXème siècle où, elle nous explique, que l'image fût à la fois prohibée et célébrée avec passion. On a pu observer un basculement dans le sens où l'image n'a plus été qualifiée par la nature de sa matière mais par l'essence du regard qui lui est porté. On considérait alors que voir l'image c'était la manquer et, dans un sens, la trahir. L'image est alors devenue comme un hors champ visible.

Elle remarque également que le discours se focalise essentielle-



4. Capture d'écran de la vidéo *Fjord Enzo et le stade miroir* (2011), Marinahelmgens.

5. Citation issue de Mondzain Marie-Josée, *Qu'est ce que voir une image ?*, Image fixe, Image mouvante, 13 juillet 2004, Paris, Université de tous les savoirs.

ment sur la face, le visage, les yeux. Or, nul, jamais, ne pourra se voir lui-même. Alors, l'image est opérateur de séparation qui permet la construction de l'accès à la visibilité de soi comme autre. Selon Mondzain, ce fait est inséparable du sujet imageant qui va créer le sujet de la séparation symbolique : le sujet parlant. On peut ainsi conclure que l'image de soi c'est en fait l'image d'un autre, c'est-à-dire l'image pour l'autre. Le visible est donc rendu possible par le partage et la parole. Elle ajoute que l'image est condition du visuel et cause de la vision.

Voir serait donc accepter d'être soi-même vu par un regard autre. Ceci désignerait ce que je vois comme un signe même de mon retrait, mon absence. Pour elle, si nous ne voyons qu'uniquement parce que nous avons renoncé de nous voir, tout en étant toujours habité par le désir de voir, nous n'irons qu'à la rencontre de notre propre visage, tout en créant un monde, un univers dont l'image est hantée par la trace de notre propre absence. On peut en déduire que voir se construit, se crée par l'absence de notre visage. L'homme ne peut qu'être un spectateur dans un monde où la construction de l'image de soi se fait par l'autre. On en conclut donc que l'image de soi est en fait l'image de l'autre, l'image pour l'autre. Il nous reste à déterminer ce qu'est se des-saisir de l'image de soi, c'est-à-dire de poser la question de qu'est ce que le retrait?

Pour cela nous continuerons à étudier la question par le travail théorique et philosophique de Marie-Josée Mondzain. Elle va remonter aux origines de l'image, à ce qui a séparé l'homme de l'animal en un geste. Il y a plus de 30 000 ans, sur les parois d'une grotte, l'homme a produit une trace⁶. La bouche cesse d'être outil pour mâcher, elle va souffler, puis parler.



6. Cueva de las Manos (« Grotte des mains »), env. 13 000 av. J.C., Patagonie, Argentine. Photo prise par Mariano en 2005.

“ Être humain c'est produire la trace d'une absence sur la paroi du monde et se constituer comme spectateur, c'est-à-dire sujet qui ne se verra jamais et qui, partageant un monde avec le regard d'un autre, lui donne à voir ce qu'ils ont décidé ensemble de partager ”.⁷

Faire une image serait alors donner à voir les traces de son retrait successif, on donne à voir à l'autre, on s'offre à la visibilité. Lorsque l'homme a dessiné, peint sur les murs de la grottes à la main il a dû, à la fois, toucher et s'écarter. En ce sens l'oeil et la main sont alors au même plan puisqu'ils ne peuvent voir par delà la paroi. C'est donc grâce et par la main que l'oeil doit l'écart. Elle en conclut que l'image de soi est une épreuve de séparation. L'image se tient entre l'homme et la paroi, cette dernière fonctionnant comme un miroir non réflexif. Voir c'est être vu par un autre, ce que je vois est alors signe de mon retrait. L'image est donc la teneur qui se tient entre l'homme et la parole.

“ Voir une image c'est saisir le vestige d'un passage ”.⁸

7&8. Citations issues de Mondzain Marie-Josée, *Qu'est ce que voir une image?*, Image fixe, Image mouvante, 13 juillet 2004, Paris, Université de tous les savoirs.

Alors, comment peut-on rapprocher cette étude de l'image de celle des vlogs? Que se passe-t-il lorsque l'on vlog?

Tout d'abord nous pouvons revenir sur l'image en elle-même. On sait désormais que voir est, en fait, ne pas voir son image. On sait également que l'image est l'image de quelque chose qui n'est physiquement pas présent. Or, l'image peut à la fois créer sa propre imagéité, donc voir pourrait consister à ne pas être là mais créer tout de même sa propre imagéité, la nôtre. Être à la fois fenêtre transparente et objet opaque.

En sachant cela, on peut s'intéresser aux vlogs tout en se rappelant des trois points du voir de Mondzain : voir c'est se séparer, se séparer de ce que le sujet voit, se savoir vu. Se séparer c'est retirer sa main de la paroi de la grotte, c'est donc créer son image dans le détachement, dans le contexte des vlogs, cela serait se filmer.

Le contact, le toucher, le voir correspondrait au moment où l'on commence l'enregistrement vidéo et le retrait au moment où l'on arrête d'enregistrer. Le contact est alors le moment de la capture, le temps d'enregistrement. Le retrait c'est ce qui est post-enregistrement, un après. Alors la mise en ligne de la vidéo sur internet serait une façon, pour soi, de se donner à voir. De se présenter au regard de l'autre et de faire vivre son image à travers l'autre.

Nous savons à présent comment nous pouvons nous dessaisir de l'image de soi par la vidéo, notamment sur YouTube. Se pose alors la question de savoir pourquoi filmer autant son quotidien, le filmer sous toutes ses coutures jusqu'à une pratique journalière, émotionnelle et intensive. Il faut d'abord savoir que les vlogs se présentent toujours comme des vérités et donnent l'illusion d'être face à une vision exhaustive de la personne, même si bien sûr quinze minutes de vidéo ne peuvent pas retracer vingt-quatre heures de la vie d'une personne. La volonté de faire ce type de vidéos viendrait-elle alors d'une volonté de créer un portrait de soi le plus complet possible ? Filmer ses actions quotidiennes, sa famille, ses amis, ses mimiques etc. deviendrait alors une part

de la composition d'une image de soi. Un autoportrait qui permettrait de rendre compte du changement constant de l'image de soi qui s'opère en continu. La vidéo comme stade miroir qui se répète.

Cependant, nous le savons, ces images sont des images virtuelles et, donc, des images-copies. Elles ne peuvent remplacer ce qui est. Mais, créer une image c'est créer une image de l'autre car tout un chacun se voit dans, à travers et pour l'autre. Cette identification à l'autre, se voir en lui est sans doute exacerbé sur YouTube puisque nous savons que prendre la place de l'autre, devenir l'autre par l'imitation est d'autant plus accessible sur cette plateforme. Il s'agit de la création de sa propre image non pas pour l'autre mais en la basant sur l'autre. le spectateur voit son rôle prendre un nouveau tournant.

Là est l'intérêt d'étudier ce qui relève des vlogs car ils semblent catalyser notre pulsion de l'image. Ils permettent d'apposer notre image sur la paroi du numérique d'une façon qui n'avait jamais été aussi détaillée. Cette image virtuelle découle alors d'un retrait, d'un dessaisissement de notre image.

Le regard caméra comme générateur de désir

Si l'image de soi est l'image d'un autre et que nous sommes en constante recherche de notre image dans l'autre, cette image manquante, on peut dire que la recherche de l'autre se base sur le désir. Le regard tourné vers la caméra, celui qui fait tomber le quatrième mur, distinguerait le cinéma de la vidéo amateur par l'enregistrement quotidien. C'est ce regard qui participerait en partie à la création du désir dans ces vidéos. Certes, le cinéma a souvent eu recours à l'acte de "briser" ce mur mais cela relevait plus de la métafiction, de l'auto référentiel. Ici, le regard caméra instaure encore plus de réalisme et de proximité entre sujet filmé et regardeur. Il légitime la personne qui s'enregistre en ce sens, où, s'adressant à nous comme si nous étions dans la même pièce, il nous rapproche d'elle encore plus. Il nous pousse à désirer cette image.

La question qu'il faut alors se poser est la suivante : en quoi une image peut insuffler, provoquer le désir? Pour cela je me référerai encore une fois à Marie-Josée Mondzain. Elle nous explique que l'image est l'instrument d'un pouvoir sur les corps selon les théories actuelles. Ce pouvoir pousserait les individus à l'imitation dans le sens où les images les y conduisent.

Au temps de l'iconoclasme, on reprochait à l'image de faire voir. Pour elle, nous traitons l'image comme des sujets or ça n'en sont pas mais en les considérant comme tels nous les pensons porteuses de ce pouvoir. Or, l'un des reproches adressés aux vloggers influents et suivis par un grand groupe serait de montrer le mauvais exemple. Il est donc insinué que le comportement "portrayé" dans les vlogs sert d'exemple à ceux qui les regardent. Il y a donc imitation et il faut montrer le meilleur comportement possible, un comportement normé.

M-J. Mondzain va poser cette question :

«L'image est-elle une puissance médiatisable par la parole ou, au contraire, ce en quoi se joue au premier chef de la cohabitation des désirs ?»¹

Elle enchaîne en nous disant que le visible est quelque chose qui nous affecte car il a affaire avec la puissance du désir, il nous mettrait dans la situation d'aimer ou de haïr ensemble. La force d'une image vient du désir de voir, sans ce dernier il n'y a pas d'image. C'est la pulsion scopique, le plaisir de regarder. M-J. Mondzain expose que le désir des signes soutient la séparation entre les sujets, qui eux-mêmes échangent ces signes en l'absence des choses elle-mêmes.

On peut donc conclure que le désir est au coeur de la création de l'image. Parce qu'il y a ce retrait produit par la production même des signes, les opérations imageantes ne sont jamais dans la fétichisation ou du moins c'est ce qui devrait se dérouler. L'absence de la chose crée le désir, mais est aussi preuve de la séparation.

Selon Aristote, faire voir et faire entendre rend la vie en commun possible pour des personnes soumises à leurs désirs et leurs peurs. Pour lui, cela passe par le genre de la tragédie qui se base sur l'imitation. Il la voit comme acte de catharsis, comme possibilité de vivre nos désirs, ceux inassouvissables. Nous prenons plaisir à produire de la mimesis. Par la représentation nous prenons plaisir à l'image. Se mettre en scène et voir la mise en scène de l'autre, et donc de soi, nous permet d'assouvir une part de nos désirs.

1. Citation issue de Mondzain Marie-José, *L'image peut-elle tuer?*, Bayard, Coll. Le temps d'une question, 2002, 90 p.

Alors, en observant l'autre on se positionne dans une forme, diminuée, de catharsis où l'on nous fait voir nos désirs et nos manques. Aristote parle cependant de spectacles, de représentations, non pas en face d'images virtuelles ou de synthèse mais en présence d'acteurs. Pour en revenir à l'image on pourrait alors voir du côté du philosophe Jean-Luc Nancy qui nous explique que l'image plaît, le désir porté à l'image pré-suppose une forme de plaisir. L'idée de ce plaisir futur va provoquer le plaisir. Il introduit alors la notion de "Vor Lust" qui est un terme allemand désignant un plaisir qui viendrait avant celui final, la tension avant la détente. Des formes, qui sont belles, vont mener à un fond, qui est alors sexuel. Il y aurait alors un motif érotique. le plaisir de l'image, pour lui, porte le désir grâce auquel forme et fond entrent en tension. Le désir est une forme de manque, les deux sont liés et coexistent, tout comme ombre et lumière. Il n'y a pas de désir s'il n'y a pas de manque et vice versa.

Il ajoute que le plaisir de l'image n'est pas celui de la reconnaissance. Le visage, la figure, façonne une identité alors que l'image ne le fait pas, elle est le désir d'altérité. L'image prendra donc son imagéité grâce au désir qui, lui, rassemble forme et fond. On peut relier ceci à ce que dit Marie-Josée Mondzain, c'est-à-dire que l'image serait considérée comme l'expression du désir de son créateur afin de susciter celui du regardeur. Or, les images sont marquées par les stigmates de la personnalité et l'animation. Elles exposent des corps physiques et virtuels, elles nous parlent parce qu'elles nous ressemblent.

Selon Alloa, en évoquant Paul Valéry, Walter Benjamin et Jacques Lacan, notre être est regardé par les images. Le regard du personnage qui fixe le regardeur est en fait présent pour appuyer une requête d'attention. L'image requiert un temps donné. Ce que l'image donne à penser est imminent, ce qu'elle donne à voir est suspendu. l'image est alors affaire de temps. Et cela est d'autant plus vrai dans les vlogs. Si Alloa évoque certainement le regard

accordé aux spectateurs sur de nombreux tableaux, on peut penser que le regard caméra pourrait fonctionner de la même façon, qu'il est là pour demander et exiger l'attention. Le vlog fonctionne cependant, de part sa nature, sur une temporalité et l'attention est requise pour toute sa durée. Le regard caméra est aussi synonyme d'un temps mort. Nous ne sommes plus dans un exposé concret du quotidien mais dans un moment où il faut porter attention, écouter. Le-a vlogger se tourne vers nous pour nous parler, c'est un moment de "vrai", non pas dans le sens de réel mais dans le sens de confession, on s'adresse directement à nous. Une vérité dans la vision donnée par le-a vlogger. Quand le regard se tourne vers le nôtre on entre alors dans cette attente, peut-être même ce "Vor Lust", la tension de savoir, puisque notre attention est requise. Il y a alors un désir d'y croire, croire en la sincérité et la véracité des propos.

On peut rappeler ce que disait Mondzain, que le visage, les yeux notamment, était au coeur de la polémique chrétienne de l'image. Dans l'imagerie chrétienne, alors, la passion du Christ est en fait la passion de l'image. On revient toujours à ce désir de retrouver notre image.

Pour elle, l'image donne vie et vision à une absence. Dans l'image de Dieu, sa propre présence est omise. Alors la doctrine iconique chrétienne rejoint la propagande et la publicité, le visible et l'image sont donc dans une crise car l'image ne produit aucune vérité.

L'image est dans l'attente de sa visibilité, celle-ci ne se produit que par la relation entre ceux qui la produisent et ceux qui la regardent. L'image en soi, en tant que telle, ne montre rien •

Réappropriation de son image

Le visage et sa représentation sont des éléments qui semblent prendre une place importante dans la notion d'image et de désir, il est aussi au coeur de nos questionnements actuels sur les nouveaux médias et leurs usages. En effet, la pratique du selfie est à la fois de plus en plus populaire et critiqué à outrance comme objet narcissique par excellence. Tourner la caméra vers soi, tenir à bout de bras ou utiliser des accessoires spécifiques comme la perche à selfie, enregistrer son image en un temps et un lieu donnés sont tout autant de caractéristiques que les vlogs et les selfies partagent. C'est pourquoi, certains questionnements attribués aux selfies peuvent être appliqués aux vlogs.

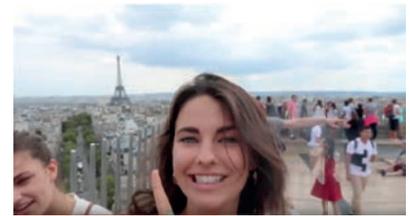
Pour en parler, j'aimerais en appeler aux travaux de l'historien des cultures visuelles, André Gunthert qui, à plusieurs reprises, a évoqué la question du selfie. Il annonce donc que l'image numérique a permis à tous et à toutes d'être acteur-riche de la production du visible, quelque chose d'autrefois réservé à une élite. Le selfie a directement été identifié comme relevant du mauvais goût mais il a aussi été signe d'un changement dans ce que Gunthert appelle le paysage de nos visibilitées.

La vision générale des selfies, voire de nos réseaux sociaux, montrerait que nous sommes dans une idéalisation constante de nous mêmes. Cependant, on voit par la critique qui a pu être faite de la photo de famille, que la photographie personnelle prend une valeur de véracité supérieure à d'autres images. L'autoproduction de photos fait donc partie des enjeux sociaux d'aujourd'hui. Il évoque alors l'anthropologue Edmund Carpenter qui, à propos du touriste a pu dire ceci :

" Bien plutôt, il se fait photographe devant par quelqu'un. De retour chez lui, la photographie réaffirme son identité à l'intérieur de la scène "1.

Si l'on parle de la figure du touriste c'est parce que la pratique du selfie s'est en effet ancrée dans le tourisme, il est devenu un lieu commun de prendre un selfie devant les plus beaux bâtiments et vues que nous découvrons lors de nos voyages. Cette pratique est, elle aussi, présente dans les vlogs². Le voyage pouvant même l'initier, c'est-à-dire que les youtubeurs qui ne sont pas forcément des vloggers réguliers vont, exceptionnellement, à l'occasion de leurs vacances, se filmer de cette manière. Gunther va ajouter que l'occasion touristique nous donne un espace adéquat dans ce que serait une expérimentation de la participation. Pour lui, les selfies relèvent du dialogue, de la communication, ils ne sont pas faits pour être vus pour ce qu'ils représentent mais doivent être vus dans le contexte dans lequel ils sont présentés. Ils fonctionnent comme des messages, avec parfois du texte, une plateforme qui peut être le réseau social, auquel tout un chacun peut répondre. Toujours à propos du selfie touristique, il ajoute que «la confrontation personnelle avec une référence culturelle relève du registre personnel». «La photo faite en ce temps et en ce lieu ne serait ni image de soi ni celle d'un site touristique mais "la trace visuelle de leur articulation éphémère »³. C'est-à-dire le rapport de l'acteur (de l'image) à la situation (visite exceptionnelle d'un lieu) qui va s'inscrire en ce qui serait cette photo touristique.

1. Citation issue de Edmund Carpenter, *Oh What a Blow That Phantom Gave Me!*, New York, Holt, Rinehart & Winston, 1972, p. 6.



2. Capture d'écran de la vidéo *A WEEK IN PARIS | travel vlog* (2018), Elena Taber Et Capture d'écran de la vidéo *NEW YORK CITY TRAVEL VLOG | 2018* (2018), The Elle Next Door (voir page suivante).

3. Citation issue de André Gunther, "La consécration du selfie. Une histoire culturelle", *Etudes photographiques*, n°32, printemps 2015.





On peut alors évoquer le sociologue Pierre Bourdieu, pour qui ce qui serait alors important dans une telle situation ne serait pas l'esthétique de la photo mais bien l'événement personnel et subjectif de la personne qui l'a prise. Pour en terminer sur le selfie touristique, je parlerai du travail de l'artiste Clara Thomine. Elle réalise des performances basées sur un enregistrement vidéo d'elle-même déguisée, elle se filme à la manière des vlogs. Son personnage est donc le personnage principal de la vidéo, filmé principalement en tenant la caméra à bout de bras. Elle est aussi occasionnellement filmée par d'autres personnes qui n'interviennent pas et ne montrent pas leur visage. Dans ses vidéos elle s'adresse directement à ceux qui la regardent. Les vidéos ont comme thèmes des questionnements sur l'image, l'actualité et l'art. Pour ce faire, elle a conçu un personnage qui se veut quelque peu étrange, en décalé et naïf. L'une de ses vidéos, *Selfie* (2017)⁴ nous parle donc de cette pratique. On peut la voir interpréter son personnage sur la Grand'place à Bruxelles. Elle y filme les touristes de passage se prenant en selfie devant les bâtiments ornant la place, elle fait elle même semblant de poser devant la caméra. Tout au long de la vidéo elle fait des commentaires sur la façon de faire des selfies : en se mettant en valeur, comment tenir l'appareil, il faut se mettre bien devant les monuments. Elle évoque aussi le fait que personne ne nous regarde bizarrement dans ce genre de situation, comme si le selfie était le plus accepté dans un contexte touristique, si la personne n'est pas seule sur la photo, que le décor l'accompagne. S'il y a justification. Elle souligne aussi le fait que le selfie n'existerait que pour recevoir une réaction et non pas pour le regarder pour ce qu'il est. Ce qui est intéressant, à mon sens, dans son travail c'est qu'elle s'interroge sur l'image, son rôle, ses effets tout en investissant les codes de la production d'images d'aujourd'hui, l'autoproduction d'images en somme. Ses vidéos sont, de plus, présentes sur YouTube et peuvent donc être vues par n'importe qui ne connaissant pas le

4. Captures d'écran de la vidéo *Selfie* (2017), Clara Thomine.



contexte artistique du travail de Clara Thomine. La vidéo se perd ainsi parmi tant d'autres en rejoignant la masse des vlogs en ligne sur le site. Cependant, une différence majeure entre ses vidéos et les vlogs est à souligner. En effet, dans sa vidéo *Révélation à Lussas* (2017)⁵, en parlant des États généraux du documentaire à Lussas, elle compare son travail à celui des documentaires. Évoquant la subjectivité présente dans ceux-ci, elle dit penser son travail comme une sorte de documentaire mais que contrairement aux autres réalisateurs, elle se montre dans ses vidéos. À ce moment là, elle ajoute que malgré le fait qu'elle soit présente dans ses vidéos, elle ne parle pas d'elle. Ce dernier point est très important dans la différenciation du rapport qu'elle entretient avec ses vidéos et celui entretenu dans les vlogs. Son personnage est personnage principal mais en tant qu'élément perturbateur dans le champ de l'image, élément de questionnement et de remise en question. C'est un personnage conscient et qu'on pourrait qualifier de méta.

Nous pourrions revenir encore une fois sur le visage, sa surprésence dans la production de photos personnelles, car il s'agit certainement plus que d'un enjeu actuel sur ce sujet et sur sa réappropriation. L'action de montrer son visage n'a jamais été aussi présente qu'avant, notamment sur les réseaux sociaux. Si nous revenons au début des échanges sur internet nous pourrions voir que chacun agissait et discutait sous un pseudonyme et l'utilisation des images personnelles était déconseillée voir réservée aux personnes très proches. Avec l'arrivée des réseaux sociaux comme Myspace ou Facebook, la publication de selfies et de photos s'est démocratisée. A ensuite suivi une déferlante d'auto production d'images. Nous assistons cependant aujourd'hui à un re-questionnement et une réappropriation de la création de ces images. On peut alors penser aux mouvements de manifestations du printemps 2018 en France où nombre d'étudiant-e-s engagé-e-s et activistes ont fait le choix de masquer leur visage face à la surveillance policière⁶.



5. Captures d'écran de la vidéo *Révélation à Lussas* (2017), Clara Thomine.

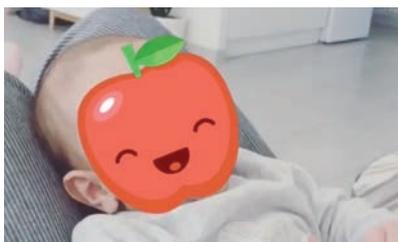


6. Capture d'écran de la retransmission de la Conférence de presse - Théâtre tragi-comique pour dénoncer cette société spectaculaire & policière ! à l'université de Nantes (2018).

Ou encore, lors des manifestations encore d'actualité à Honk-Kong, où les habitant-e-s résistent aux volontés liberticides chinoises. Ceux-ci afin d'éviter d'être reconnu-e-s par les caméras à reconnaissance faciale ont utilisé des pointeurs laser ou ont encore détruit les systèmes en eux-mêmes.

Dans un autre registre, on a pu aussi observer le floutage des visages de victimes à la télévision ou encore, comme Gunther le souligne, le masquage des visages d'enfants par des emojis ou des stickers sur Facebook⁷. Ces pratiques ne sont pas anodines et découlent de phénomènes actuels où la monstration ou non du faciès a donc pris un sens. Montrer son visage peut avoir des répercussions, autant dans le militantisme que dans la vie de tous les jours. Une des craintes pourrait résider dans la peur du détournement de son image, dans son altération ou son jugement erroné. Il y a une reprise de contrôle des visibilités, nous sommes créateur-ric-e-s et destructeur-ric-e-s de notre image et nous le devons aux autres, même ceux qui n'en n'ont pas encore conscience comme les enfants. L'image de soi ne se limite plus à un cercle social proche mais peut se retrouver exposée partout, ce qui n'est pas sans conséquences. Le consentement semble lui aussi prendre une part importante dans ce processus.

Là encore les artistes se questionnent. Par exemple, l'artiste américaine Jillian Mayer avec la vidéo *MakeUp Tutorial HOW TO HIDE FROM CAMERAS* (2013)⁸. Présente sur YouTube, la vidéo est un tutoriel afin d'éviter toute reconnaissance faciale par des caméras. Reprenant certains codes des tutoriels de maquillage, elle explique et montre comment utiliser le maquillage pour se cacher. L'artiste allemande Hito Steyerl dans *How Not to be Seen: A Fucking Didactic Educational .MOV File* (2013)⁹, va, elle, pousser cette idée encore plus loin en expliquant toutes les techniques et situations possibles pour ne pas être vu. Comme Mayer, la vidéo reprend les codes du tutoriel, dans une ambiance presque absurde.



7. Capture d'écran de la story instagram de l'influenceuse Jenesuispasjolie.



8. Capture d'écran de la vidéo *MakeUp tutorial HOW TO HIDE FROM CAMERAS* (2013), Jillian Mayer.



9. Captures d'écran de la vidéo *How Not to be Seen: A Fucking Didactic Educational .MOV File* (2013), Hito Steyerl (voir page ci-contre).

Elle base toutes les façons de disparaître sur une “résolution target”, un outil qui permet un contrôle de la résolution et la mise au point de l’objectif de la caméra. Cette image existe également en taille géante afin de servir de repère pour les satellites qui photographient notre planète. Les scènes sont aussi composées de vues de lieux parsemées de silhouettes fantomatiques à la manière des vidéos de promotion immobilière.

Les deux vidéos expriment donc une sorte de peur, d’angoisse de nos sociétés actuelles, celle d’être vu et reconnu n’importe où. L’absurdité qu’elles utilisent et le fait qu’elles-mêmes montrent leur visage, le publie en ligne, tout en nous expliquant comment le cacher, nous montrent peut-être un certain paradoxe en train de s’installer, mais qui est nécessaire à la réflexion de nos visibilités. C’est aussi; finalement, un moyen de montrer comment nous sommes vu-e-s et observé-e-s.

Si l’image de soi est entrée dans une phase de remise en question qui s’étendrait dans les deux sens, à l’excès et au retrait, c’est que l’expression, la communication et son évolution font partie de notre actualité. L’expression de soi est un passage essentiel de nos sociétés et il me semble évident que le vlog est une façon d’entrer dans une intimité qui ne passe pas par la monstration de soi. La vidéo comme moyen de porter sa voix. Dans le film *Because we are visual* (2010)¹⁰ de Gerard-Jan Claes et Olivia Rochette, les deux réalisateur·rice·s composent une sorte de condensé de vlogs récupérés sur internet à la manière du found footage. Au début, les images s’enchaînent sur différentes thématiques, puis une certaine narration se met en place, à la fois dans le montage et dans les vidéos montrées. Nous retrouvons certaines personnes et en apprenons plus sur le déroulé de leur vie. Dans la première partie qui se veut plus un panel de vidéos, on a affaire à diverses personnes qui expliquent en quoi leur vie à été changée par la pratique du vlog. Nous sommes alors face à des personnes qui étaient inscrites, pour certaines, dans une solitude.



10. Captures d’écran du film *Because we are visual* (2010), Gerard-Jan Claes et Olivia Rochette.



Le vlog leur a, alors, permis de se sentir écoutées, comprises et entourées. Le vlog conçu comme porteur de leur voix, une voix qui n'était pas écoutée auparavant. Ces personnes expriment leur bonheur de pouvoir vivre ça, ressentent de l'amour à leur égard, qui viendrait de ceux qui les regardent.

Dans la seconde partie on est confronté à des discours beaucoup plus intimes, le vlog comme exutoire de la parole. Les vloggers expriment leurs doutes, leurs pensées, leurs traumas, même. Ils pleurent et rient devant leur webcam. L'une des personnes évoque sa timidité et envisage le vlog comme un remède. La caméra deviendrait donc un lieu possible de confession mais aussi un outil de protection. la parole ne se ferait pas directement devant quelqu'un mais devant l'objet caméra. La caméra comme libératrice de la parole, l'action imageante comme action du sujet qui parle.

Si cette libération permet d'ouvrir la parole à l'intime, elle permet aussi d'offrir une voix à ceux qui en ont le moins dans les médias de diffusion de masse. En effet, le matériel nécessaire à la création d'une vidéo est accessible à de plus en plus de personnes, tout comme l'accès à internet et cela a permis d'offrir une place à ceux qui n'en avait pas. La censure est, certes, présente sur YouTube, mais différemment. Une vidéo ne doit pas passer par un nombre important de personnes, qui pourraient freiner la publication, avant d'être mise en ligne. On a donc pu notamment assister à une réappropriation du média par des personnes racisé-e-s, féministes et transgenres¹¹. YouTube a donc un rôle de réaffirmation des identités mais c'est aussi devenu un lieu d'éducation où les personnes concernées par les systèmes d'oppression peuvent si elles le souhaitent, éduquer et donner leur points de vue ou encore leur constat des sociétés actuelles. Il y a aussi l'idée forte de donner un modèle à ceux qui n'ont pas de moyens de représentation dans les médias.



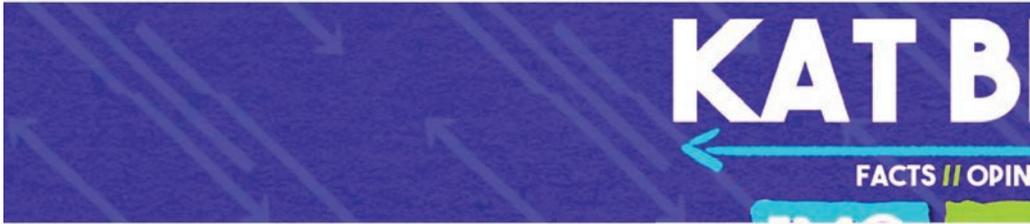
Gender Critical | ContraPoints

11. Thumbnail d'une vidéo de la chaîne ContraPoints créée par Natalie Wynn, une youtubeuse transgenre engagée & vue de la chaîne Kat Blaque, youtubeuse transgenre, racisée et engagée (voir double page suivante).

La réappropriation pourrait aussi passer, pour ces groupes, par le fait de se filmer sous son propre regard, détaché de ce que l'on nomme *male gaze* ou encore *white gaze*. Ces deux notions peuvent être internalisées par la personne, mais l'outil que sont la vidéo et YouTube peuvent aider à s'en défaire et à le dénoncer. Pour cela, j'aimerais m'intéresser à l'artiste américain Sondra Perry et notamment son projet *IT'S IN THE GAME '17 or Mirror Gag for Vitrine and Projection* (2017)¹². Dans ce travail, comme dans ses autres productions, elle utilise la couleur bleue pour symboliser à la fois le fond bleu qui permet de remplacer le fond par une autre image en vidéo ou au cinéma, et l'écran bleu "de la mort" qui survient sur les ordinateurs windows lors d'un bug informatique. Ce qui, de son point de vue, représente l'espace et l'invisibilisation des Noirs dans la société. Ici, spécifiquement, elle évoque une affaire qui a touché son frère jumeau. Celui-ci a vu son apparence, ainsi que celle des membres de son équipe de basketball, être vendues par la NCAA à EA Games afin de les recréer dans un jeu, sans leur consentement. La vidéo principale de l'installation se compose donc de photos d'eux deux plus jeunes, d'images du jeu vidéo, accompagnées d'une interview de son frère en fond sonore et de leur visite au British Museum. Cette visite leur permet d'aller voir les oeuvres d'art africaines qui n'ont toujours pas été restituées à leur pays d'origine et qui viennent, de plus, d'être mises en ligne en modélisation 3D par le musée. C'est surtout ce passage qui nous intéresse car Perry va alors se filmer en reprenant la pratique des vlogs. Caméra à la main on la voit se promener en compagnie de son frère, elle nous montre les oeuvres une à une. On est presque dans le registre du vlog touristique, car sans le contexte et le reste de la vidéo on aurait vraiment l'impression d'être face à une vidéo présente sur YouTube. Ce qui est intéressant dans cette vidéo c'est qu'elle part d'une dépossession de l'image de son frère pour nous montrer qu'il s'agit en fait de dépossession systémiques.



12. Vues de l'installation, à la Bridget Donahue Gallery à New York, *IT'S IN THE GAME '17* (2017), Sondra Perry.



Kat Blaque ✓

135,117 subscribers

HOME

VIDEOS

PLAYLISTS

COMMUNITY

CHANNELS

Uploads ▾

PLAY ALL



"Changing My Gender Marker Saved My Life"

9.4K views • 2 weeks ago

CC



My Truth: How I really feel...

21K views • 1 month ago

CC



Colin Kaepernick is a Patriot and Veterans Aren't Pawns

7K views • 2 months ago

CC



ASMR: Black Trans Feminist Reads Hate Comments

32K views • 1 year ago

CC



Why Transgender Military Ban Sucks

19K views • 1 year ago

CC



IMO: Sometimes "I'm Sorry" Isn't Enough

62K views • 1 year ago

CC



What Is: FASCISM

46K views • 1 year ago

CC



IMO: Why Feminists Never Disagree W/ Each Other

30K views • 1 year ago

CC



IMO: TRANS WOMEN ARE WOMEN

48K views • 1 year ago

CC

LAQUE

IONS // EDUCATION

Buy My Art!

SUBSCRIBE 135K

ABOUT



SORT BY



No, #metoo Isn't Making Dating Harder

14K views • 4 months ago
CC



I'm Polyamorous and Jealous | The Stories Of Women

15K views • 5 months ago
CC



LegalFling Sucks and Consent is Not Contractual |...

18K views • 10 months ago
CC



IMO: TROLLS AREN'T THAT SERIOUS (Garbage Humans...

24K views • 1 year ago
CC



What Is: ANARCHY

55K views • 1 year ago
CC



IMO:WHAT ABOUT WOMEN IN SAUDI ARABIA?

49K views • 1 year ago
CC



IMO: I'M TRIGGERED AND I'M BORED

32K views • 1 year ago
CC



91. SHOULD FEMINISM CENTER AROUND MEN?

16K views • 1 year ago
CC



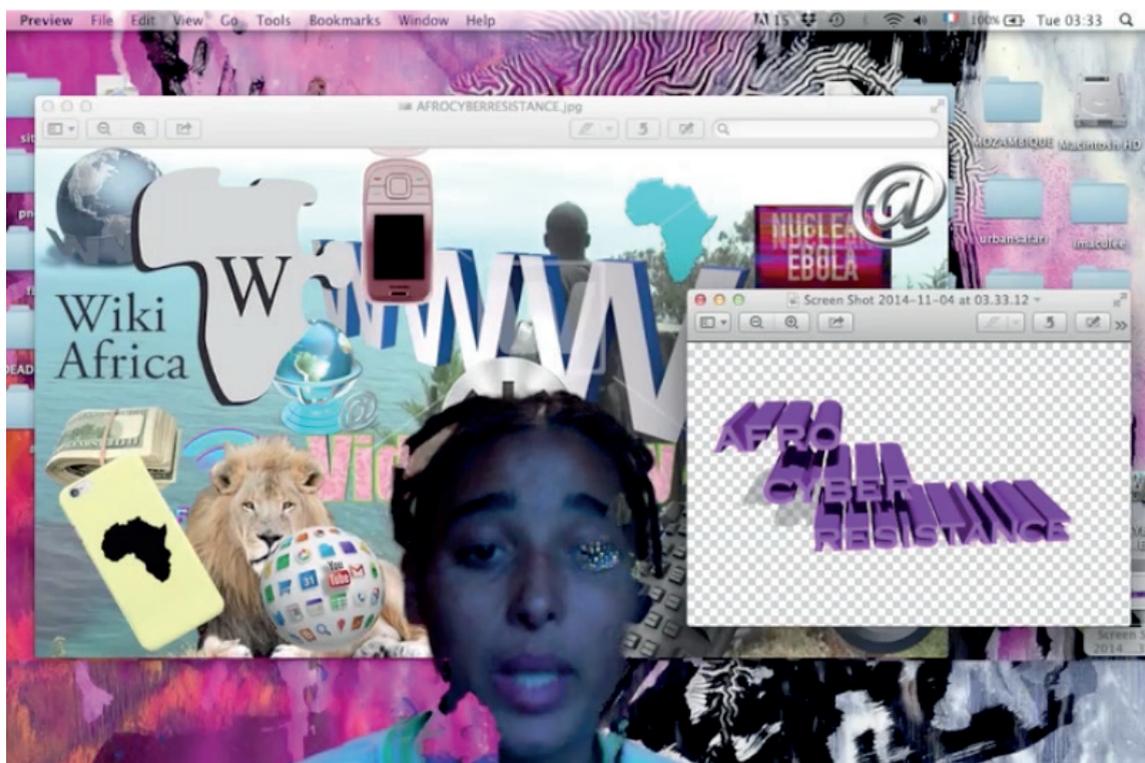
IMO: Building Bridges With Nazis

23K views • 1 year ago
CC

Ces images sont coloniales et ancrées dans une tradition, elles ne sont pas nouvelles et se perpétuent. Par ses vidéos elle se réapproprie une image de soi et une image de sa culture dont on l'a dépossédée.

On pourrait également évoquer les oeuvres de l'artiste Tabita Rezaire. Elle se définit comme étant franco-guyano-danoise et sa pratique est principalement axée sur les questions de race et de féminisme. Ses oeuvres découlent d'une esthétique qu'on pourrait qualifier d'internet des années 2000, c'est coloré, surchargé, plein de gifs et de pixelisation. Elle y met régulièrement en scène son propre corps à travers des performances, des photographies et des vidéos. Dans ces dernières, elle va parfois se mettre dans une position face caméra comme dans *AFRO CYBER RESISTANCE* (2014)¹³ où elle y explique en quoi l'internet est un espace occidentalocentré. A travers cette vidéo, elle appelle à une révolution africaine d'internet. A travers l'outil de la webcam, en étant face à la caméra et donc en utilisant l'auto-représentation Tabita Rezaire veut créer une nouvelle représentation de son identité et de sa culture mais qui serait aussi comme un lieu possible de l'abolition de la suprématie blanche. En utilisant à la fois une esthétique de l'internet, des codes tirés de la culture africaine et noire ainsi que par l'image de soi, Rezaire est réellement dans une réappropriation, mais aussi une construction d'une nouvelle image qui s'affranchit du *white gaze*.

Ainsi, on peut envisager YouTube aussi comme une plateforme de partage et de réalisation de l'image de soi, de part l'autonomie que la plateforme a le potentiel de conférer. Nous avons bien compris que le visage tenait une part importante de la production de sa visibilité. Le visage, de part sa nature, expose une part de notre intimité lorsque nous l'exposons aux regards extérieurs. Les problématiques de l'intimité semblent centrales dans les questionnements que nous pouvons dégager à propos des vlogs.



13. Impression écran de la vidéo
AFRO CYBER RESISTANCE, Tabita Rezaire
 présentation vidéo pour Fakugesi
 Digital Africa Conference, Johannesburg,
 2014
 Essai publié par Technoetic Arts:
 A Journal - Intellect Ltd.

Image tirée de la vidéo THE ACE FAMILY'S NEW INTRO VIDEO!!! (2018), The ACE Family.





L'intime

Quand on est face à un vlog on est face à un objet qui semble relever à la fois du public et du privé. Public, car exposé sur internet, privé, car on entre dans l'espace dit intime de la personne : sa vie, son quotidien, ses lieux. Selon la définition "intime"¹ devrait relever du secret. Quelque chose de caché, pour soi.

Pourquoi, alors, ces allers retours ?

Georges Didi-Huberman, philosophe et historien de l'art, nous parle des *imagos*, qui étaient des masques funéraires faits de cire dans la Rome Antique. Ces derniers relevaient du privé, de l'intime, car ils représentaient le visage d'un défunt, ses traits marqués dans la cire, mais, aussi du public car placé dans l'atrium, une partie ouverte au public dans les maisons romaines. Cet objet est donc basé sur une certaine ambiguïté. Didi-Huberman va ensuite évoquer le philosophe et écrivain tchèque Vilém Flusser pour qui, avant, les infos publiques n'étaient disponibles qu'en dehors de la sphère privée. Il fallait en sortir pour avoir accès aux informations et cela impliquait la politisation de tous. De nos jours, les informations sont transmises d'espaces privés en espaces privés par la télévision, ce qui a eu pour effet de dépolitiser les populations notamment par la censure.

1. « Qui est caché des autres et appartient à ce qu'il y a de tout à fait privé : Sa vie intime ne nous regarde pas ». Extrait de la définition de l'intime, selon le dictionnaire Larousse.

Cependant, avec ce que nous avons vu précédemment sur la réappropriation de l'image, on peut imaginer qu'une repolitisation pourrait se faire via internet, par le biais d'une réquisition des médias de partage et de communication. On voit d'ailleurs sur des réseaux sociaux comme twitter et facebook de plus en plus de groupes engagés politiquement ou encore des applications comme Tinder ou Pokemon GO utilisées afin de se rassembler lors de manifestation sans être intercepté (par exemple lors des manifestations honk-kongaise).

Les rapports que nous entretenons aujourd'hui au public et au privé ont vécu et sont toujours aujourd'hui dans un stade transitoire. Un autre exemple serait donné par le philosophe Peter Sloterdijk, pour qui les nouveaux aménagements de la vie indépendante ont trouvé une place spécifique au miroir. Sa place est à la fois importante et privilégiée dans ce qu'il appelle la cellule nomadique. L'image de soi aurait donc pris une importance dans l'ancrage des individus dans la vie, jusque dans la sphère du privé et de l'intime. Le miroir est vu comme support d'objectivité et des visibilitées.

Le dehors s'infiltré dans le dedans par les médias et vice versa. En revenant au vlog, on peut voir que l'intime s'infiltré dans le public de deux façons : lorsque la personne filme son entourage, son lieu de vie etc.² et lorsqu'elle évoque par la parole des sujets dits privés³. Quand une personne se met à filmer sa vie, on imagine qu'il est difficile d'éviter de montrer la part personnelle du quotidien. De plus, par le biais des réactions, des commentaires, le public va lui aussi s'immiscer dans le privé de cette personne. Ceux qui regardent, par habitude d'être informé-e-s, vont questionner les vloggers sur leurs habitudes, leurs relations amoureuses, leur famille etc.⁴ Il y a attente et demande d'interaction en retour à la vidéo qui a demandé de l'attention •

4.



Nina Cookie 10 hours ago

Is Natalie still in HK? Or did she come with you to Canada?

👍 🗨️ REPLY

2.



A Day In My Life With Friends Vlog

26,524 views

👍 938 🗨️ 33 ➦ SHARE 📌 SAVE ...



SimplyAlisa
Published on Dec 23, 2017

SUBSCRIBE 172K

3.



We Need to Talk...

grav3yardgirl 📍 2.2M views • 4 months ago

GET MY BOOK HERE: <http://bit.ly/1gZ1lx0> NEW SWAMP FAMILY STORE-
<http://www.swampmerch.com> ...



We NEED to talk... Im sorry

Manny Mua 📍 2.7M views • 5 months ago

Hey guys just waned to post this video cause it was time for me to open up
Mua, life is HARD and I want ...

4K

L'écriture par la vidéo et le journal intime filmé

Si le vlog a un statut plutôt ambigu basé sur des allers retours entre privé et public on peut, peut-être par facilité d'abord, l'associer à la pratique du journal intime. En effet, plusieurs points communs les relient. Ils sont tous les deux basés sur une description, un rendu d'un moment à un temps donné. Que ce soit à propos du quotidien ou non, ils permettent à la personne qui s'exprime de parler de choses qui lui tiennent à coeur. On peut alors explorer ce que serait une écriture par la vidéo ainsi que ce que serait un journal intime filmé.

A propos du journal intime, le journaliste Marc Weitzmann nous informe que la valeur de son intimité prend son sens au regard du langage collectif. On peut remonter sa pratique en l'an 203 avec le journal de Perpetue qui raconte, entre autres, ses derniers jours avant de mourir dans l'amphithéâtre de Carthage. Depuis, nombre de journaux intimes ont été publiés, autant ceux d'écrivains reconnus que ceux d'anonymes faisant part de leur témoignage. Le journal va lui aussi participer à l'inscription d'une image de soi. Réceptacle des pensées et du quotidien de son auteur, il permet, en un sens, de se découvrir et de se construire soi-même. S'il intéresse ses lecteurs c'est aussi parce qu'il serait révélateur

d'une sorte d'envers du décor, il intrigue et met le lecteur dans une position presque comparable à celle du voyeur. Un aspect qui nous intéresse alors est que le journal intime suppose que l'on s' imagine un destinataire, une personne à laquelle on s'adresse qui ne prend que, parfois, la forme d'un "cher journal". On imagine alors cette pratique comme annonciatrice des blogs, ces sites d'expression libre tenus sur internet depuis presque sa création.

LILY LIKE
by Lilia Kazakova

ABOUT BEAUTY LIFE STYLE STUDY & CAREER



LOVE AS A DRUG

I have always been a person who loves hard and intense. Whenever I would meet a person who was able to spark something in me, I would go in for 100% Loyalty, commitment and dedication; those things just come naturally to me. I need to fully commit to someone, or not at all. My friends used to joke that there were two types of people in the world: Always-single and always-in-a-relationship type of people; and I was by far the latter. Casual flings just did not exist in my universe. I was only interested in the real love deal.

I would get such a rush from loving and being loved. In some way, this made me very prone to going too fast in relationships. Once I took a chance on a person, I went all in - even if I did not know the person well enough to give him my all. Thinking everything would work out between us, even though I still had many layers of differences to discover - that girl was me. You can have the best intentions in the world, but if the other person is not on the same page, things will never work out. Sometimes this made me wonder why I found it so easy to commit to a person. Maybe I was more focused on the rush that being in love gave me, than on making the actual relationship work. Or maybe my ex-boyfriends were just not meant for me (yes, *probably*). To this day, I do not have a clear answer to this question. What I can say is that for me, love was a powerful & addicting drug - I was so focused, committed & in love with the other person, I would forget everything else. Including myself.

Since love was such a feeling thing for me, the break-ups were felt extremely well too. Even though I broke off every relationship I had, it never felt that way for me. I always experienced it as if I was the person who the other left behind. Not only that: Every break-up cost a piece of me that I would never be able to get back. And this was very painful for me to realize. I would feel betrayed, hurt, and would always end up wishing I would have never even loved my ex to begin with. This made me jump from one serious relationship to another. I wanted to forget my past relationship, and replace them with something better. Although this is arguably not the healthiest way to get over your ex, for me it worked. I was quite good at letting all my emotions out, and starting with a *tabula rasa*. I never went back to any of my ex-boyfriends. If you're out of my life, you're out. I do not do second chances. Furthermore, I was lucky enough to have only met pretty trustworthy and loyal guys at this point.

1. <https://www.lily-like.com>

En écrivant sur sa vie, l'internaute inscrit une trace de lui-même face à la société. Il y a la recherche de créer un lieu qui serait intime mais qui pourtant va devenir public par sa publication en ligne. La discussion que le blog provoque et permet serait alors le moyen de se découvrir nous-mêmes.

Selon Serge Tisseron, psychiatre et psychanalyste français, le miroir de l'écran renvoie quelque chose sur nous, en fonction des réponses que nous avons. Ce constat fait écho à la vision portée sur les selfies, qui existent en partie comme outil de validation sociale. Tisseron évoque par la suite la notion d'extime, non pas dans le sens de Lacan où rien ne serait vraiment public ou privé, mais dans une vision qui s'opposerait à l'intime. Dès qu'un journal intime est lu il devient extime. Le principe peut alors s'appliquer aux blogs et aux vlogs lorsqu'ils sont visionnés. Ils ont créé une intimité de groupe, de réseaux. Pour le spécialiste de l'autobiographie, Philippe Lejeune, c'est une socialité alternative qui est mise en place par les nouveaux biais de communication. Avec les blogs, l'écriture rejoint presque l'instantanéité de la parole. En effet, la lecture peut se faire dès que la publication est mise en ligne. Le lecteur va alors participer à la temporalité quotidienne de l'écrit. Sachant qu'elle est lue presque en direct, l'intentionnalité de s'adresser à quelqu'un, à un public est plus grande. Ce rapport va aussi avoir son incidence sur l'hypothèse de vérité que les journaux intimes suggèrent. La véracité du contenu devra être convaincante.

Les vlogs ont eux aussi un rapport à la temporalité très important. Ils existent le plus souvent selon quatre temporalités : journalière, hebdomadaire, mensuelle ou exceptionnelle. L'instantanéité qu'ils offrent est alors planifiée et même ritualisée. Leur diffusion devient un rendez-vous et être le premier arrivant à le découvrir devient un défi et un but personnel signalé sous le mot "First"². YouTube, pour satisfaire ses utilisateurs, a même initié le concept de "première". A la manière du cinéma dont il tient le nom, le youtubeur permet de montrer sa vidéo plus tôt aux personnes arrivant à la bonne heure. Les personnes ayant manqué le rendez-vous pourront la regarder plus tard, un décompte visuel se met en place (la vidéo sera disponible dans un nombre d'heures donné). Les vloggers s'assurent également de prévenir

2.



leurs abonné·e·s de la sortie de la nouvelle vidéo, sur tous les réseaux sociaux. De cette manière, le quotidien de l'autre devient le nôtre, ce rituel entre dans notre vie de tous les jours. L'instantanéité est presque totale, surtout pour ceux qu'on nomme les daily vloggers³ qui filment et mettent en ligne presque du jour au lendemain. On s'éloigne donc des journaux intimes publiés, parfois, longtemps après la mort de son auteur et, donc, sans leur consentement.

Dans l'introduction de cette étude sur les vlogs, j'ai distingué les vlogs d'une autre pratique qui est celle des journaux intimes filmés. Comme nous l'avons vu, au début des vlogs les deux pratiques ne se distinguaient pas autant qu'aujourd'hui. Il est certain que ces journaux sont à l'origine de ce que sont maintenant les vlogs, ils partaient déjà d'une volonté d'enregistrer son quotidien. La différence majeure, donc, entre vlogs et journaux intimes filmés est la non présence dans ce dernier de la personne qui filme, comme personnage principal direct et évident. Elle l'est par défaut car elle filme son quotidien, mais son visage n'occupe pas toute la vidéo, il y a très peu d'adresse directe aux visionneurs. On serait peut-être moins dans une intention d'être vu. Les journaux intimes filmés⁴ d'aujourd'hui pourraient être les vlogs de Miles en ce qu'ils ne sont qu'une scène filmée en plan séquence. On peut aussi presque penser au *Panlogon*⁵ de l'artiste Lydie Jean-Dit-Pannel qui, depuis 2004, filme son quotidien. Dans une sorte de non montage, puisque les vidéos s'enchaînent juste, elle présente de courtes vidéos numérotées de zéro à l'infini. Chaque série s'étend sur une période donnée et est accompagnée d'un titre très subjectif puisqu'il est presque impossible de le comprendre sans avoir été réellement dans son quotidien en dehors de ses vidéos.

Ces journaux existent depuis bien plus longtemps que les vlogs et un exemple intéressant pourrait être le travail de Jonas Mekas, cinéaste et poète. En effet, à partir de 1949, après avoir fait

3. Chaîne ANDERZ VLOGS
(voir double page suivante).



4. Exemple de journal filmé sur la chaîne izypt.

5. Capture d'écran Palogon 3 (#640).





**VLOGTOBER 15 - The
Pumpkin Patch**

22K views • 1 month ago



VLOGTOBER 14 - Beach

35K views • 1 month ago



**VLOGTOBER 12 - NEW HEAD
SHOTS**

24K views • 1 month ago



**VLOGTOBER 11 - Working
Hard**

29K views • 1 month ago



VLOGTOBER 8 - PUPPY

33K views • 1 month ago



VLOGTOBER 7 - I had a cry

42K views • 1 month ago



VLOGTOBER 4 - DREAM HAIR

24K views • 1 month ago



**VLOGTOBER 3 - HE WASN'T
MAD**



VLOGTOBER 13 - Halloween Decorations

23K views • 1 month ago



VLOGTOBER 13 - Baby Drool

22K views • 1 month ago



VLOGTOBER 10 - Schedules & Celebrations

30K views • 1 month ago



VLOGTOBER 9 - Nails & Chores

34K views • 1 month ago



VLOGTOBER 6 - SUCH A NICE WEEKEND

68K views • 1 month ago



VLOGTOBER 5 - FRIGHT NIGHT

28K views • 1 month ago



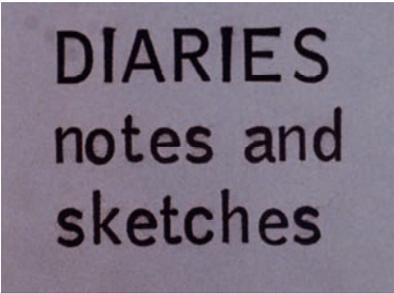
VLOGTOBER 2 - LETS CRACK ON



VLOGTOBER 1 - ZOE GOT MARRIED!!



6. & 7. Captures d'écran de *Walden* (1969).



8. Capture d'écran du 365 Day Project
Friday Jan. 12. 2007.
<http://jonasmekas.com>



Friday Jan. 12, 2007

6 min. 18 sec.

I do not feel
like doing anything
today. I want to
listen to music.

l'acquisition d'une caméra et avant d'immigrer aux Etats-Unis, il commence à filmer quotidiennement des moments de sa vie. La vidéo *Walden* (1969)⁶ est un exemple parlant: il la décrit comme faisant partie de son journal intime. Dans le film, on peut voir ses proches, sa ville, lui-même, tout cela entrecoupé de textes autant dactylographiés que manuscrits⁷, qui sont aussi filmés et contextualisent ou font part des pensées de Mekas. La bande son alterne musique, sa narration ainsi que des captations sonores qui semblent, elles aussi, tirées de son quotidien. Ce qui caractérise ce travail est la spontanéité des prises de vues qui l'ont, entre autres, placé dans l'avant-garde cinématographique américaine de l'époque. Pour lui, ces séquences sont des fragments d'histoires mais aussi des histoires brèves, condensées. C'est une déclaration personnelle au monde, cela relève du politique. Il essaye, dit-il, d'enregistrer la vie comme elle vient, la vie en cours, en train de se faire. C'est aussi une façon pour lui, rescapé de la Shoah, de surmonter l'angoisse de la mort, de voir sa vie, sa survie dans les camps de concentration, d'affirmer sa volonté et la nécessité de mémoriser. Se filmer c'est laisser des traces de soi et avoir l'illusion de mourir moins. Ces films étant conçus à une période bien en amont d'internet, l'instantanéité n'est pas du tout prise en compte. Le film *Lost, Lost, Lost* (1976), par exemple, sortira et sera monté 10 ans après avoir été filmé.

Cependant, en 2007, Mekas va commencer un projet, *365 Day project*⁸, où il filme et met en ligne sur son site une vidéo par jour pendant un an. On peut alors rapprocher cela des daily vlogs, de plus, cette fois-ci, même si ce n'est pas de façon systématique, il montre son visage et adopte la position "selfie" dont nous avons pu parler. Il s'adresse donc aux futurs visionneur-se-s. Ce en quoi on pourrait distinguer cette démarche des vlogs et surtout de ceux d'aujourd'hui, c'est qu'il manque un élément de narration. Il ne contextualise pas à chaque fois ce qui se passe, il le fera en partie par un petit texte, presque poétique, qui accom-

pagne chaque vidéo à la manière d'Adrian Miles. C'est d'ailleurs quelque chose qu'on pouvait déjà remarquer dans ses précédents films, le contexte en soit importe peu ou n'apporte que peu à l'image, il est considéré plus important pour la personne qui filme que pour celle qui regarde. Actuellement dans les vlogs, le contexte, le lieu, le temps sont presque toujours renseignés d'une façon ou d'une autre.

C'est d'ailleurs de cette façon qu'ils peuvent se rapprocher des journaux intimes manuscrits. Souvent, ceux-ci sont datés, contextualisés avant même d'accueillir le récit du jour. De plus j'ai pu observer une apparition de plus en plus de textes manuscrits ainsi que de didascalies qui viennent ponctuer et contextualiser le déroulement de l'action dans le vlog. En effet, habituellement le contexte est donné par la parole ou par un texte rajouté au montage directement via le logiciel de montage⁹. D'autres éléments manuscrits viennent ponctuer l'image, la décorer, y insérer des anecdotes¹⁰. Cette pratique rappelle directement le journal intime dans lequel on vient griffonner, ajouter du texte en marge du récit. On est presque dans le journal adolescent ou le cahier de classe redécoré par ennui.

De cette façon, les vloggers semblent se réapproprier l'image, ils s'amuse avec d'une façon presque naïve.

En ce qui concerne les didascalies¹¹, pour celles que j'ai pu trouver, elles ne sont pas manuscrites mais souvent utilisent une typographie imitant la machine à écrire. La didascalie donne le lieu, le contexte en quelques lignes tout en parlant de la personne filmée et de celle qui, on l'imagine, a rédigé ces textes, à la troisième personne. Ce qui est intéressant est le fait qu'on se trouve alors réellement dans une réalité fictionnalisée. Le vlogger se positionne totalement comme personnage de sa propre fiction. Dans le théâtre, il y a mise en place d'un lieu par la didascalie qui est plus un outil pour créer un espace: c'est l'envers du décor de la fiction. Elle laisse aussi libre cours à l'interprétation du ou de la lecteur-ric.



9. Capture d'écran de la vidéo AS THE LEAVES FALL //CatCreature (2018) de CatCreature.



10. Captures d'écran des vidéos I've never studied this much //21(2018), Jusuf et sunrise, cafes, and cute stationery * oh no vlogs #9 (2018), oh no nina.

Quand on est face à une pièce de théâtre jouée, ce texte a déjà existé. Ce qui est paradoxal ici, c'est que l'action arrive d'abord puis elle est fictionnalisée par sa contextualisation, elle-même donnée par les didascalies. Le vlogger se positionne alors réellement comme personnage de sa propre vie. Il y a opposition entre la volonté de véricité de l'image et la fictionnalité de la didascalie. Cette pratique va quelque peu sortir de la pratique du journal intime en ce sens.

Mathilde Roman, docteure en art, nous précise que le retour de la caméra sur soi n'existe pas que dans l'art vidéo mais aussi dans le cinéma. Ce dernier se rapprocherait plus du journal écrit. Par exemple, l'exposition au centre Pompidou en 1995, *Je, filmé* et l'ouvrage qui l'accompagne, présente le *Je* comme envie et volonté commune des auteur-e-s de journaux filmés de passer de l'intime, du subjectif à un visuel qui serait compréhensible par toutes. "Convoquer l'universel par le particulier." Cependant, la finalité de certains de ces portraits serait différente du fait de conserver un moment de vie. Nous serions plus dans une collecte de ratés, d'erreurs, il y a une spontanéité qui laisserait place à l'ennui et aux contradictions. Elle évoque surtout comment des artistes se construisent personnellement à travers la mise en scène de soi et de leur image. Pour elle, l'intimité est source de réflexion sur le monde. Le soi, source d'images, de pensées, qui sont à la fois soi-même et l'autre, permettrait de se projeter dans l'extériorité, vers l'autre justement.

On se retrouve encore devant cette notion d'une extériorisation du soi comme outil afin de se construire pour un extérieur, un autre. Cet autre qui verra ou ne verra pas cette projection de l'image de soi. Cette idée semble aussi présente dans le journal intime manuscrit ou filmé, dans le blog ou le vlog. Il s'agit de rendre son soi dans un dehors, le proposer à une autre personne pour se construire petit à petit, comprendre son quotidien et le rendre universel.

Il me semble aussi intéressant de noter que le journal intime fût un temps victime des condamnations narcissiques que subissent les blogs et, à présent, les vlogs •



INT. HOME - AFTERNOON



Their college had an exhibit for senior works. They helped contribute for an animated film.

11. Captures d'écran de *It's All Bittersweet* (a vlog) | clahrah (2018), Clahrah.

Lifecasting et Videoblogging

Pour en terminer avec le rapport que les vlogs entretiennent avec l'intime, je souhaiterais parler du lifecasting et du videoblogging qui sont deux pratiques qui sont apparues aussi rapidement qu'elles ont disparues, à la fin des années 90 jusqu'au début des années 2000.

Le lifecasting consistait à diffuser sa vie, parfois sans pause aucune, via une ou plusieurs webcams, le tout sur internet. Nicolas Thély a dédié son ouvrage *Vu* à la webcam (2002) à leur étude et leur théorisation. Il nous y explique que ces webcamé-e-s, comme il les nomme, hébergaient sur leurs sites personnels ces vidéos qui sont en fait des images actualisées toutes les 15 secondes environ, à chaque rafraichissement de la bande passante. On pouvait ainsi suivre Cute couple aux Etats-Unis, Corrie¹ en Hollande, Sandrinecam² en France dans leur quotidien, au bureau, les voir travaillant chez elleux ou encore en train de dormir. Les images sont parfois accompagnées d'un très court texte contextualisant la scène. Les webcams sont principalement statiques, les plans sont dirigés le plus souvent sur la personne qui se filme. Si déplacement de la caméra il y avait, on était plus dans un suivi comme la couverture d'un événement et non pas dans ce qui serait un moyen d'expression.



1. Capture d'écran de la webcam sur le site camathome.com tirée des archives de Corrie Gerritsma disponibles sur le site.

Pour Thély, les webcams donnent une image de surface, l'intime est alors un contexte donné par la taille de l'image qui s'apparente à une simple vignette, ce qui nous donne l'impression de participer au quotidien dans une instantanéité qui se mesurerait à 15 secondes près. L'internaute devient un gardien voyeur à travers la fictionnalisation du réel, il est introduit dans cette intimité et ce quotidien devient le sien.

Thély pose la question du pourquoi s'intéresser aux webcams quand nous savons qu'elles sont surtout vides et, finalement, ennuyeuses. On pourrait se poser la même question à propos des vlogs: où est l'intérêt dans le fait de regarder le quotidien que nous vivons sans doute déjà? Pour lui, ces webcams, contrairement aux vlogs, n'instaurent aucun lien entre filmé-e et regardeur-euse, cela serait une esthétique de l'ennui qui nous renvoie à nous même. Il y a une forme d'autosatisfaction. On est encore dans une recherche de l'image de soi dans celle de l'autre. Il y a aussi une forme de captation du temps, l'attention, quant à elle, est captivée par la simple vision de la personne, dans l'attente de ses réactions ou de son apparition à l'écran. Il n'y a pas besoin de surjouer, ici les webcamé-e-s ne font que vivre leur vie et n'entreprennent que très peu d'interactions visuelles avec les visionneur-euse-s. L'ordinaire c'est la répétition du quotidien. Pour Thély les webcamé-e-s deviennent réactivables dans le sens où iels réactivent le quotidien à volonté. Iels créent et font partie de ce quotidien au même moment. Pourrait-on dire que les vlogs y participent de la même manière? En rejouant le quotidien dans chaque vlog, ils le réactiveraient et le rendraient alors visible. Ils en font partie et le créent également. Les webcamé-e-s font l'exposition permanente d'eux-mêmes. Thély voit le rapport entretenu entre elleux et les internautes, non pas comme une promiscuité, mais comme une proximité. L'internaute devient alors, en quelque sorte, partie du voisinage proche et donc, par extension, du quotidien.



1.

2. Capture d'écran de la webcam sur le site sandrinecam.com.



1.



L'auteur va lui aussi parler des formes extimes. Il explique que le journal intime a une forme instable sur le net. Il est manifestation du désir de proximité et induit, comme nous l'avons vu, un rapport qui peut être étroit avec les internautes/lecteur-ric-e-s/regardeur-euse-s. Pour lui c'est la sortie de la page du journal qui crée du rituel, un rendez-vous. La temporalité est ici aussi très importante et le direct en est aussi planifié de la même façon que les vlogs. Certain-e-s webcamé-e-s alimentent aussi un blog à côté de leur vidéo qui permettent aussi de cultiver une sorte de rituel. D'un côté, la webcam comme espace d'expression, journalier, répétitif qui se base entièrement sur un rendu du quotidien et de l'autre, un texte est écrit à l'occasion de quelque chose, une pensée, un événement.

Les webcamés ne scénarisent ni ne fictionnalisent leur quotidien au final, ils lui cherchent une image. En ce sens les vlogs peuvent se distinguer des webcams car nous avons vu qu'ils se plaçaient dans une sorte de fictionnalité. Les webcamé-e-s n'utilisent ni

montage ni parole et se contentent d'une vidéo réduite à ce que la webcam filme et ce que le·a webcamé·e vit. Il conclut en nous disant, que l'auto-filmage et les journaux intimes sont des formes exacerbées d'un intérêt de soi, pour soi.

A l'inverse les videobloggers³, on le verra, était plus dans une recherche expérimentale de ce que pouvait être l'outil vidéo sur internet à leur époque. Rentrer dans leur quotidien, leur intime relevait plus d'un acte nouveau, un tatonnement du nouveau médium. Trine Bjørkman berry, docteure en media, film et musique de l'université de Sussex, a récemment sorti une publication intitulée *Videoblogging before YouTube* (2018). Dans ce livre elle y explore les différentes facettes de la communauté, des videobloggers, aujourd'hui disparue. Ceux-ci sont apparus sur internet à travers leurs blogs et se sont rassemblés en 2004 en une communauté grâce à mailing list initiée par Jay Dedman et Peter Van Dijk, deux videobloggers à l'époque. Pour Bjørkman Berry, le début des années 2000 marque le passage d'un internet presque uniquement basé sur le texte à un internet fonctionnant par les médias. Ainsi divers formats, plateformes d'hébergement, nouvelles formes d'utilisateur·rice·s sont apparus.

Le videoblogging fut créé sur une base communautaire d'abord initiée par les blogs qui fleurissaient, à l'époque, sur la toile et qui avait la volonté, selon elle, de créer une nouvelle grammaire de la culture vidéo. Beaucoup de ces videobloggers se revendiquent comme étant des amateur·rice·s. Elle définit une grande différence entre les vidéobloggers et les vloggers dans le fait que ces premier·e·s entretiennent leur blog en plus de la création de videoblogs, celui-ci est le lieu qui reçoit la vidéo, il est très souvent customisé, reconnaissable pour chacun·e, il y contient à la fois les archives et les nouveautés et participe aussi à faire connaître des blogs similaires par les blog rolls, une colonne permettant de lister ses sites favoris.

"A videoblog is a blog that uses video as it's main form of expression".⁴

3. Encore une fois nous utiliserons l'anglicisme non genré.

4. "Un videoblog est un blog qui utilise la vidéo comme forme d'expression principale"



5. Impression écran de la vidéo
January 1st 2004. It's the year of the video blog.
(2004), Steve Garfield
republié sur le compte YouTube de Steve Garfield.

Ainsi la communauté des vloggers s'est construite d'elle-même à peu près au même moment que l'arrivée de ce que l'on nomme le web 2.0 ou encore le web participatif, ce terme désigne en partie la simplification pour les utilisateur-ice-s d'internet ce qui a permis la création de différentes plateformes et réseaux sociaux, les internautes ont pu alors participer et interagir sur en ligne sans avoir besoin de connaissances particulières liées à la technologie. On est alors en 2004 ou en 2005 et nous sommes face à ce qu'elle nomme un optimisme digital, les nouvelles possibilités offertes par internet et les nouvelles communautés qui s'y développent en sont la cause. La mailing list qui rassemble les vloggers est créée et Steve Garfield⁵, un vlogger de Boston, élit l'année 2004 comme celle du vlog. La communauté commencera sur une base de 300 mails par mois à près de 1000 par mois en moins d'un an, les sujets qu'ils y abordent sont divers que ce soit la technique employée, les astuces, les nouveautés techniques, mais on y trouve aussi une réflexivité sur le médium qui, pour certain-e-s, est dans la continuité d'un cinéma. On peut alors évoquer comme exemple, la *caméra-stylo* d'Alexandre Astruc ou encore le *kino pravda* de Dziga Vertov dans le fait de vivre la vie de tous les jours en utilisant leurs yeux comme l'œil-cinéma, une extension de leur propre regard voyant le monde. Tout comme ce dernier ils n'essayaient d'ailleurs pas de cacher la caméra et les autres éléments qui composent leurs vidéos, cela en fait parti. La communauté continue de s'élargir et se rencontre aussi pour des événements ou des festivals que certains de ses membres ont créés. Cependant, comme nous l'explique Björkman Berry, le vlogging reste une activité de niche où ils réagissent et regardent les vlog les un-e-s des autres, les blogs enregistrent très peu de flux et les moyens de diffusion en dehors de la mailing list et des blog rolls restent très rares.

«The blog becomes both the digital body as well as the medium through which bloggers express themselves».⁶

6. "Le blog devient à la fois le corps digital et le médium à travers duquel les bloggers s'expriment".

Selon Pour Trine Bjørkman Berry, la plupart des vidéobloggers traitaient leur vidéoblog comme un journal ou une archive visuelle et, pour certain·e·s, le monétiser ne pouvaient être une option car c'était un objet beaucoup trop personnel à leurs yeux et ce fût d'ailleurs un sujet de discussion assez courant dans la mailing list sur la légitimité de rendre ce médium payant où d'y intégrer du sponsor ou de la vente de produit. Ce que l'on peut souligner c'est que, surtout à leurs débuts, la question monétaire a pu mettre en lumière le manque de véritable définition du vidéoblog, que cela soit sa forme ou son but. On peut d'ailleurs revenir sur la notion du web 2.0 et de ce qu'il signifiait à l'époque pour les vidéobloggers selon Trine Bjørkman Berry. En effet, elle affirme son importance pour trois raisons : tout d'abord pour les vidéobloggers cela signifiait la promesse d'une participation et un dynamisme beaucoup plus important des internautes, l'apparition et le développement de Youtube leur donnait alors l'espoir d'un intérêt grandissant pour le vidéoblogging. Ensuite les avantages technique qu'il supposait annonçait un changement certains de la pratique même des vidéobloggers et, enfin, c'est ironiquement ce qui a signé le début de la fin de la communauté de vidéobloggers. Pour elle, c'est un symptôme qui permet de comprendre les problème des vidéobloggers, mais aussi en quoi l'internet passe d'une esthétique et d'une pratique de l'amateur·rice à une professionnalisation inscrite dans la globalisation et l'industrialisation des médias. La hausse des films amateurs avait été possible grâce aux classes moyennes qui ont pu travailler moins et à une hausse également des connaissance techniques amatrices grâce, par exemple, aux revues spécialisées. On pourrait alors parler des homes movies, ces films amateurs qui se restreignent généralement au cercle familial ou d'ami·e·s, qui nous auraient montré que les personnes ont re-négocié la relation qu'ils entretenaient avec leur entourage et leur sentiment d'être soi-même.

8. Patricia Zimmerman, *Reel Families: A social history of Amateur Film*, Indiana University Press, 1995: ix-x.

8. Geert Lovink 'The Art of Watching Databases', in Geert Lovink and Sabine Niederer (eds) *VideoVortex reader. responses to Youtube*, Amsterdam: Institute for Network Cultures, 2008, P.9-12.

Cependant l'autrice nous explique en citant Patricia Zimmerman⁷, professeure à l'université d'Ithaca en screen studies, qu'on a pu y retrouver un contrôle esthétique en ce que des aspects venus des productions hollywoodiennes y sont parfois présents. Et d'ailleurs, les videobloggers qui filment leur vie de tous les jours ainsi que leur intimité se retrouvent à suivre des codes narratifs établit par les films Youtube marque alors le changement d'un hébergement sur un site web, ce qui supposait un lieu de stockage personnel, vu par peu avec un réseau et une communauté interne, à celui sur une plateforme publique qui mène alors à une expression personnelle publique. Ainsi, en 2008, la moitié des vidéos sont créées par les utilisateur·rice·s et 40% sont des vlogs⁸. Pour elle ce n'est pas un lieu pour observer des "personnes ordinaires" car le temps et l'effort fourni pour créer ces vidéos n'a rien d'une pratique ordinaire surtout lorsque l'on sait que seulement 1% des utilisateur·rice·s de YouTube publient des vidéos en ligne. Pour Trine Bjørkman Berry, si YouTube a été accepté aussi vite et aussi bien c'est bien parce que pendant des années des communautés ou ce qu'elle appelle également des groupes de culture de la participation ont préparé le terrain pour la plateforme. Si les videobloggers se détachent sans doute plus de la notion d'intimité et que Trine Bjørkman Berry en fait surtout une analyse technique et technologique, on observe une reflexivité très importante de leur part et un rapport à l'intime qui, finalement, est présent mais en toile de fond. L'intime, le quotidien est la base, l'outil de la production mais ce qui est mis en avant c'est bien le médium. Même si la pratique semble proche les web-camé·e·s, elleux, profite de la technologie pour montrer l'intime •

9 «Alright, listen, I've been on the videoblogging group now for like three months, and... Off and on there's like a discussion about what is and what isn't a videoblog. [...] It's absurd, we're at just the very very beginning, as soon as we sit down and decide, you know, what it is, we automatically kill off all other possibilities. We don't know where this is gonna go, I bet you right now nobody knows what will happen. Nobody knows, you can't say, in fact I'm pretty sure, when we'll look back on today, ten years from now, what would have happen will totally astound us. Adrian is not the only one, ok ? Other people too have written, you know, that... a... a videoblog needs to have this interactive element to it, right? Where the viewer is not just a passive viewer, where they help create the story. Listen, believe me, I think that's freakin' cool and I would love to see more of it, right? But to say that that kind of stuff is better or truer or a real videoblog, bullshit ! I think to say that misses the whole point of what is cool about video on a blog and that is it breaks down the barriers to access to media, right? Up until this point to be on television, to be in the movie theater, to publish a book, to whatever, there was a barrier to entry and people like, most of the people in the world don't get to participate in that. But no more, right ? So, Hollywood fuck them ! They can't say anymore, you can't, you can't. We get to say ! How about all of us and do it, why not ? Why does it have to be that person and not that person ? Why not all of us? That's what's cool about video on a blog. Francis Ford Coppola, you know his quote that one day, you know, the next Hollywood masterpiece would be made by a ten year old girl with her video, with her dad's video camera, right? And I think we all know that she is a videoblogger, right? And, behind her are gonna be a thousand more and then a million more just like her and they will change the world. [...] And you know what? Don't write me an email about it, don't leave a comment on my blog about what you think a videoblog is, make a fuckin' video about what you think a videoblog is. You know, the cool thing about videoblogging it can be as punk rock as you want it to be, right? I'm here, in my house, with my computer and my white board and whatever and I'm making stuff up and I'm putting it on the internet. And you can do shit about that.»



9. Retranscription et impression écran de la vidéo *Vlog Anarchy* (2005), Michael Verdi, www.michaelverdi.com.

«D'accord, écoute, je suis sur le groupe de videoblogging depuis genre trois mois, et... de temps à autre il y a une discussion à propos de ce qu'est et ce que n'est pas un videoblog. [...] c'est absurde, nous sommes juste au tout tout début, au moment où on s'assoit et qu'on décide, tu sais, ce que c'est, on tue automatiquement toutes les autres possibilités. On ne sait pas où ça va aller, je vous parie que maintenant personne ne sait ce qui va se passer. Personne ne sait, tu ne peux pas dire, et en fait je suis presque sûr que quand on se souviendra d'aujourd'hui, dans dix ans, ce qui se sera passé nous surprendra. Adrian n'est pas le seul, ok ? D'autres personnes ont aussi écrit, tu sais, qu'un... qu'un videoblog a besoin d'avoir un élément interactif, non ? Où lea regardeur-euse n'est pas qu'un-e regardeur-euse passif-ve, où iel aide à créer l'histoire. Ecoute, crois moi, je pense que c'est super cool and j'aimerais en voir plus, ok ? Mais de dire que ce genre de trucs est meilleur ou plus vrai ou un vrai videoblog, c'est de la merde ! Je pense que dire ça c'est passer à côté de ce qui est cool dans les videoblogs et c'est que cela brise les barrières de l'accès au média, non ? Jusqu'ici pour être à la télévision, dans les cinémas, pour publier un livre, ou pour n'importe quoi il y avait une barrière à l'entrée et les gens genre, la plupart des gens dans le monde ne peuvent pas y participer. Mais plus à présent, ok ? Donc Hollywood, qu'iels aillent se faire foutre ! Iels ne peuvent plus rien dire, vous ne pouvez plus, vous ne pouvez plus. On peut le dire ! On pourrait toutes le faire, pourquoi pas ? Pourquoi cela serait cette personne et pas celle-ci ? Pourquoi pas tout le monde ? C'est ce qui est cool dans le fait d'avoir une vidéo sur un blog. Francis Ford Coppola, vous savez cette citation qu'un jour, tu sais, la prochaine oeuvre d'art d'Hollywood sera faite par une fille de dix ans avec sa vidéo, la caméra de son père, non ? Et je pense qu'on sait toutes que c'est une videoblogger, non ? Et, derrière elle il y en aura des milliers de plus et puis des millions de plus tout comme elle et iels changeront le monde. [...] Et tu sais quoi ? M'écris pas un mail à propos de ça, me laisse pas un commentaire sur ce que tu penses qu'est le videoblog, fait une putain de vidéo de ce que tu penses qu'un videoblog est. Tu sais, le truc cool à propos du videoblogging c'est que ça peut être aussi punk rock que tu le veux, pas vrai ? Je suis là, dans ma maison, avec mon ordinateur et mon tableau et je ne sais quoi et j'invente des trucs et je les met sur internet. Et tu peux rien y faire.»





La figure de l'influenceur·se

La figure de l'influenceur-se semble être apparue avec la démocratisation des réseaux sociaux, cependant pour en comprendre l'origine, on doit d'abord s'intéresser aux *Cool Kids*. Ces derniers sont des jeunes, souvent lycéen-e-s, qui dans un cadre de dynamiques sociales représentent la personne "leader" du groupe en ce qu'elle montre l'exemple des attitudes sociales, notamment d'achat et vestimentaire, à adopter pour devenir, à son tour, lea Cool Kid. Ce qui lea rend cool c'est sa connaissance et son accès aux dernières tendances, iel influence alors ses proches à le suivre dans ses choix de consommation. Lea Cool Kid est entouré-e de *wannabes*, littéralement des "veulent être". Ces Wannabes veulent donc tous devenir lea prochain-e Cool Kid et iels vont tout faire pour lui ressembler. Ils représentent alors la masse marchande qui va se procurer tout l'attirail nécessaire •

Lea cool kid et l'influenceur·se

Dans le livre *No Logo* (2000), la journaliste Naomi Klein nous démontre que cette figure du ou de la Cool Kid est un outil de marketing apparu dans les années 90, afin de relancer les ventes aux Etats-Unis, d'abord, puis dans le monde.

Aujourd'hui et depuis les années 90, la jeunesse est habituée à ce que les marques sponsorisent tout : événements, sportifs, stars... C'est un passage normal et obligatoire. Pour cette jeunesse, la recherche de soi a toujours été formée par les campagnes publicitaires. Elle nous explique qu'il y aurait une perte d'espace pour l'individu même, une colonisation physique et mentale. Ainsi, les marques créaient des techniques de marketing non pas pensées comme telles, mais envisagées comme une culture.

En effet, aux Etats-Unis, 1992 a marqué les forces commerciales comme étant la première année depuis près de vingt ans à voir une augmentation démographique des adolescent·e·s. Ils sont alors devenu la cible parfaite des marketers qui y ont vu une opportunité de relancer l'économie. Celle-ci était en chute constante depuis près de vingt ans avec la baisse de consommation des Baby Boomers. A partir de ce moment, la *peer pressure*, c'est-à-dire la pression du groupe, est devenue une part de la

force du marché, comme outil indirect mais majeur de consommation. Les jeunes fonctionnent par groupes, pour les commerçant-e-s il suffit d'arriver à vendre à l'un-e d'entre eux pour que tous fassent la même chose. La quête du cool a alors pu se lancer, étant, par nature, forgée dans le doute de soi. Les marques, dès à présent, n'ont plus qu'à être vues par ces fameux-ses Cool Kids. Pour ce faire, les entreprises allaient devoir avoir, elles aussi, l'air cool. Sont alors apparue.s des PDGs rock'n'roll réalisant des événements plus extravagants les uns que les autres¹, de jeunes entrepreneur-se-s qui ne sont plus considéré-e-s comme employé-e-s mais comme *change agents* et, enfin, des *cool hunters*, chasseur-se-s de cool, à la recherche de la dernière tendance la plus underground possible ou encore d'une publicité qui ferait le buzz par son aspect dit "viral". Dans les années 80, il fallait de l'argent pour être vu, maintenant il suffit d'être cool.

Klein nous explique un autre aspect de cette culture du cool : la réappropriation de la culture et des codes des groupes les plus pauvres notamment les jeunes hommes noirs américains qui ont vu leur identité empruntée comme outil de marketing. Les produits découlant de cette action sont ensuite vendus aux jeunes blancs qui veulent eux-même s'approprier cette culture. Les marketers comptent sur la fétichisation de la culture noire par les blanc-he-s pour réussir à vendre leurs produits.

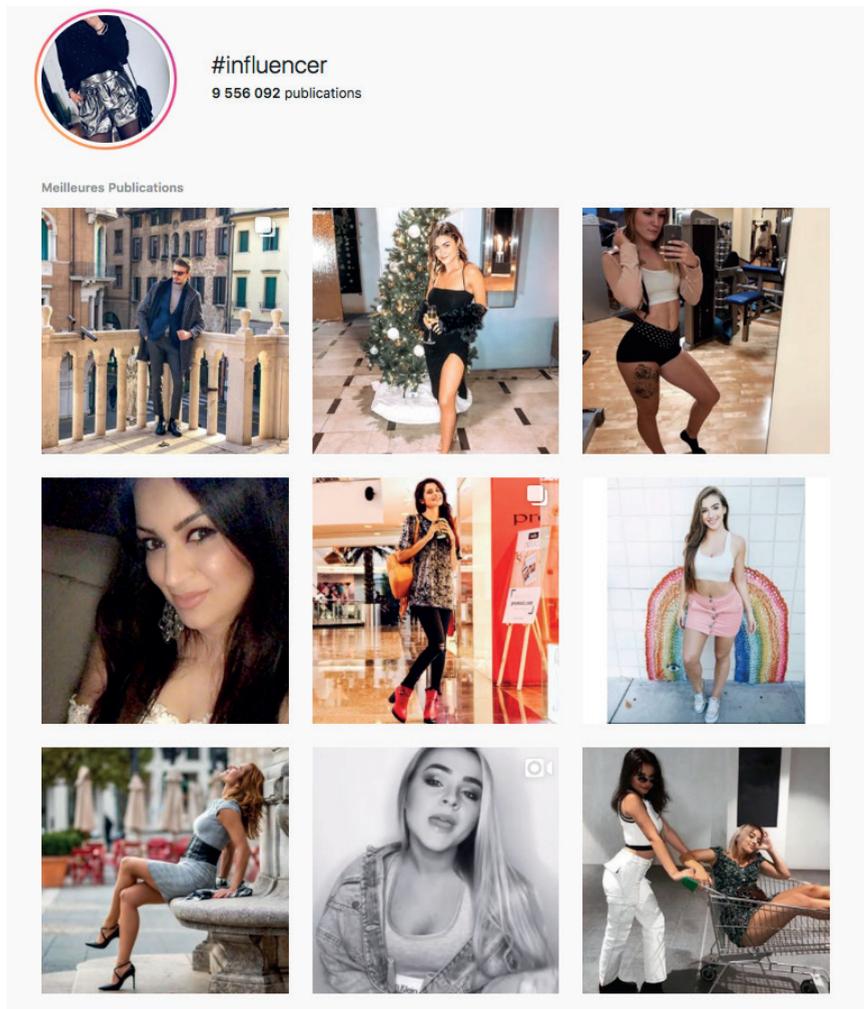
Tout ce qui est en marge devient alors ouvert à la réappropriation et de grandes marques vont même créer des sous-marques marketées comme indépendantes pour vendre plus et à ceux qui seraient conscient-e-s de l'action des marques en général dans nos sociétés.

J'aimerais terminer sur le livre de Klein par ce qu'elle nous dit lorsqu'elle parle de marques comme Budweiser ou Daewoo qui ont directement engagées des jeunes dans des universités pour parler d'eux à leur proches. En effet, cette technique d'infiltration directe du groupe me semble intéressante dans la compré-



1. Le PDG de Virgin, Richard Branson, faisant la promotion de son Virgin cola en Tank sur la 5ème avenue à New York en 1998.

hension de ce qu'est un-e influenceur-se. Afin de mieux comprendre ce qu'ils sont, on peut affirmer que les Cool Kids sont en fait devenu-e-s les influenceu-r-se-s et que les wannabes sont devenus les followers². Ce dernier terme n'est pas anodin, signifiant "suivre", il tient son origine des réseaux sociaux qui permettent en effet de suivre une personne qui nous intéresse pour avoir ses photos ou tweet dans notre feed. Ce terme en lui même pourrais nous renvoyer à la Bible où on le traduirait non pas par suiveur, mais par fidèle.



2. Vue de l'hashtag «influencer» sur instagram (2018).

L'influenceur-se qui peut, et doit souvent, être présent-e sur tous les réseaux sociaux agit donc comme un-e Cool Kid en montrant l'attitude et l'apparence à adopter. Iel se présente comme une personne lambda, comme nous. Par le biais de ses interactions avec ses followers iel transmet ses valeurs ainsi que celles des marques avec qui iel travaille. Iel contrôle et travaille son image comme la star d'internet qu'iel est. Iel est suivi-e par des milliers, voire des millions de personnes, dont la tranche d'âge se situe le plus souvent entre 15 et 25 ans, c'est-à-dire les personnes les plus visées par les techniques de marketing. Iels font rarement de la pub gratuitement. Impliqué-e-s dans des agences, iels se font sponsoriser et payer pour leurs prestations ponctuelles qui passent par leur plateforme, leur image et leur following déjà constitué. L'influenceur-se est d'abord apparu-e sur les blogs, construit-e-s par les agences publicitaires voulant réaliser du sponsoring en ligne. C'est dans ce contexte que l'image est considérée, comme nous l'avait dit Marie-Josée Mondzain, comme étant capable de faire faire. Pour elle, l'image a son importance dans le marché financier sans remettre en cause et sans compréhension de l'image en elle-même. Avec le droit à l'image, par exemple, l'image ne se prend pas, elle se paie à s-on-a propriétaire. Il en va de même pour les influenceur-se-s qui vendent leur image le temps d'une publication sponsorisée, face à cela nous sommes encore dans la situation d'aimer ou de haïr ensemble et c'est donc ce en quoi le visible nous affecte. Pour Mondzain, la violence du visible réside dans son utilisation de dispositifs identificatoires et fusionnels: les bases de l'images de l'influenceur, donc. Ceux-ci fonctionneraient sur la stimulation du désir. Pour elle, la propagande et la publicité sont faites pour être consommées sans distinction, ce sont des machines à produire de la violence. La publicité et la propagande tuent l'image et nous empêchent de construire un "voir ensemble" selon Mondzain. L'image publicitaire aurait alors un pouvoir sur nous, dans l'esprit des commerçant-e-s et

des publicitaires, qui arriveraient par le biais des influenceur-e-s et de leur image à nous faire acheter en les utilisant de plusieurs manières différentes. Les marques peuvent les sponsoriser pour obtenir des mentions régulières dans leurs vidéos, leurs photos, leurs tweets ou leurs stories. Elles peuvent même financer une vidéo dont le sujet principal ne sera pas officiellement le produit mais y tiendra une place centrale et aura un temps de vue. L'objet de la vente peut également être discrètement placé dans la vidéo et offrir un code promotionnel dans la barre de description de la vidéo. La marque pourra être partenaire d'un jeu concours qui fait gagner un des produits, ou, mieux, l'influenceur-se réalisera des vidéos de *haul* où, montrant ses derniers achats, iel fera de la publicité gratuitement à la manière des Cool Kids influençant leur groupe de proches.

C'est comme ceci que l'image de soi a pu devenir interchangeable avec une image de marque. L'influenceur-se ne peut arriver à cela qu'en cultivant son *personal branding*³. Cette pratique place la personne et sa carrière en tant que marque à part entière. C'est aussi travailler une image et ce qu'elle renvoie afin de servir sa propre marque. Ou encore utiliser son nom pour créer des produits de vente⁴. Comme exemple, on pourrait évoquer le président des Etats-Unis Donald Trump et sa Trump Tower.

Il est alors important que la relation entre la marque et ses consommateur-ric-e-s soit constamment entretenue, d'où l'utilisation des réseaux sociaux et la posture de la figure d'influenceur-se. En adoptant cette position, l'influenceur-se doit se construire un personnage qui correspondra toujours à l'image de la marque et ce à quoi elle veut correspondre. Les réseaux sociaux deviennent alors des scènes qui permettent à ce personnage de s'exprimer et de vendre la marque. Les capacités et singularités de la personne ont moins d'importance que l'efficacité avec laquelle elle est vendue comme une marque.

3. Instagram de l'influenceuse Lilia Kazakova.



lilylikecom

S'abonner

504 publications 55,6k abonnés 2 566 abonnements

Lilia | Lily Like ✨

online inspirer, photographer, law/philo grad @studyingwithlily, founder of @suppliedbylily stationery & home lover @athomewithlily.

washington dc

www.lily-like.com/thank-you-next



Beauty



Lifestyle



DC Hotspo...



Home Inte...



Fashion



Daily Outfits



Travel

PUBLICATIONS

IGTV

IDENTIFIÉ(E)





DREAM

Every dream starts with a dreamer. Don't be scared to dream big. The world is yours! The Supplied by Lily Luxury Lifestyle & Student Stationery will help you to overcome that fear with inspiring questions and quotes each week. In style of course.



PLAN

After setting your goals, it's time to make a plan. Use one of the Student or Lifestyle Desk Planners – depending if your goals are study or career orientated – to actualize your goals. the A4 or A5 Spiral Notebooks to get the work done and the To Do List to track your different study, work, and other activities.



ACHIEVE

Dream, plan & achieve. With a good plan, the right mindset and a lots of motivation you can make your dreams become reality. Supplied by Lily is more than just a brand. It's a life changing statement. Supplied by Lily. Achieved by You.

4. Boutique en ligne de Lilia Kazakova suppliedbylily.com.

EVERYTHING A STUDENT NEEDS.



**SUPPLIED BY LILY
LUXURY LIFESTYLE & STUDENT STATIONERY**

Supplied by Lily Stationery believes that beauty empowers intelligence. We want to empower you to feel feminine and strong. We believe that you are stylish and smart, and so should your stationery be. Supplied by Lily Stationery shows that luxury can be practical too. Our stationery will suit any Miss Independent that is working on her student or career goals. Supplied by Lily will help you feel inspired, plan and achieve your dreams. "Supplied by Lily. Achieved by You."

ORDER ME

Dans une optique d'offre et de demande, l'Influenceur-se devra toujours se mettre à niveau sur les réseaux sociaux, les actualités, les trends pour résister à la concurrence. Iel va construire une image cohérente retranscrite sur toutes ses plateformes. Cette image doit être reconnaissable au premier coup d'oeil et donc identifiable par les followers.

L'interaction avec les followers est primordiale, que ce soit par réponse à leur commentaires, leurs questions ou par l'organisation d'événement afin de les rencontrer. Ces derniers, appelés Meet-ups, permettent aux YouTubeur-se-s de donner rendez-vous à ses followers dans un lieu donné afin de prendre des photos, discuter ou lui permettre de vendre ses produits. Ces événements peuvent être payants ou avoir lieu lors de festivals, eux aussi payants. On a en effet pu voir émerger des festivals comme Summer in the city à Londres qui permet de rencontrer ses YouTubeur-se-s préféré.e-s en l'espace de trois jours. Créé en 2009, il est passé de simples rencontres dans un parc à un événement d'importance qui peut accueillir plus de 10,000 personnes. Des prix sont aussi décernés, comme celui du "Vlogger of the year". On peut aussi parler de son équivalent américain Vidcon qui, en 2017, a attiré plus de 30 000 visiteurs. Les tickets pour ces festivals peuvent aller de 30 à près de 500 euros.

Nombre d'influenceur-se-s ont débuté sur ou passent par YouTube afin de promouvoir leur image et leurs produits. Le site propose d'ailleurs des cours afin d'améliorer son image à travers sa chaîne, invitant des Youtubeur-se-s déjà influent-e-s à donner des cours aux wannabes⁵.

- FORMATION
Créer des contenus de qualité
- COURS 1
Définissez une stratégie créative
- COURS 2
Trouvez votre passion
- COURS 3
Créez un blog vidéo de qualité professionnelle
Apprendre
À vous de jouer
Questionnaire
- COURS 4
Tournez des vidéos avec votre mobile
- COURS 5
Collaboration
- COURS 6
Captez les spectateurs avec la bande-annonce de votre chaîne
- EXAMEN DE FORMATION

Cours: Créez un blog vidéo de qualité professionnelle



Découvrez comment maîtriser le format de blog vidéo.

- Créez un lien direct avec votre audience
- Les avantages du blog vidéo
- 6 conseils pour engager la conversation dans vos vidéos
- 12 conseils relatifs à la production pour assurer face à la caméra

À vous de jouer

- FORMATION
Revenus de votre chaîne
- COURS 1
Présentation des revenus
Apprendre
À vous de jouer
Questionnaire
- COURS 2
Modèle de diffusion d'annonces
- COURS 3
Évaluez vos revenus

Cours: Présentation des revenus

La monétisation sur YouTube permet aux administrateurs de chaînes de générer des revenus afin d'atteindre les objectifs commerciaux stratégiques de l'entreprise.

- Avantages de la monétisation sur YouTube
- Sources de revenus offertes par YouTube
- Activez la monétisation sur votre chaîne
- Outils permettant d'évaluer les revenus de votre chaîne

À vous de jouer

Citez les sources de revenus des chaînes et les statistiques servant à évaluer leurs performances.

Connectez-vous pour enregistrer vos réponses.

5. Vue de la Creator academy et de la chaîne YouTube Creators (ci-contre).



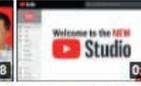
YouTube Creators [Creator Academy]  SUBSCRIBE 779K

779,032 subscribers

HOME **VIDEOS** PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT 

Uploads ▾ **PLAY ALL**

 SORT BY

 <p>Promoting Your YouTube Business ft... 2.1K views • 16 hours ago CC</p>	 <p>Operating a YouTube Business at Scale ft... 15K views • 2 days ago CC</p>	 <p>Article 13 - On répond à vos questions... 1.6K views • 2 days ago</p>	 <p>Defining a Brand for Your Business ft... 7.9K views • 1 week ago CC</p>	 <p>Building Your Channel into a Business ft... 8.1K views • 1 week ago CC</p>	 <p>YouTube Stories Simon and Martina 32K views • 2 weeks ago CC</p>
 <p>Advice from a YouTube Partner... 36K views • 2 weeks ago CC</p>	 <p>Article 13 - Burning Questions... 1.4M views • 3 weeks ago CC</p>	 <p>Analytics in the NEW YouTube Studio 125K views • 1 month ago CC</p>	 <p>How to Use the New YouTube Studio 131K views • 1 month ago CC</p>	 <p>Introducing the NEW YouTube Studio 76K views • 1 month ago CC</p>	 <p>Super Chat Making Money Beyond Ads ft... 21K views • 1 month ago CC</p>
 <p>Merchandise Making Money Beyond Ads ft... 31K views • 1 month ago CC</p>	 <p>YouTube Premieres 1M views • 1 month ago CC</p>	 <p>Channel Memberships Making Money... 17K views • 1 month ago CC</p>	 <p>Making Money Beyond Ads 24K views • 1 month ago CC</p>	 <p>Splitting Your Channel's Workload ... 13K views • 2 months ago CC</p>	 <p>Quicker & Easier Channel Management... 20K views • 2 months ago CC</p>
 <p>4 Tips for Making More Videos Master... 38K views • 2 months ago CC</p>	 <p>What's the Ideal Video Length? Master Cla... 90K views • 2 months ago CC</p>	 <p>Total Beginner's Guide to Video Editing 247K views • 3 months ago CC</p>	 <p>Quickstart Guide: Branding Your Chann... 155K views • 3 months ago CC</p>	 <p>Quickstart Guide: How YouTube Works Ep. ... 122K views • 3 months ago CC</p>	 <p>Quickstart Guide: Start Your Channel Ep. 1 E... 298K views • 3 months ago CC</p>

Le site fonctionne déjà sur un réseau de parrainages et d'agences de communication qui, chacune, recrute des YouTubeur-se-s. La monétisation des vidéos est aussi une des principales sources de revenus sur le site. Elle fonctionne sur le système des Youtube partenaires qui sont des chaînes ayant cumulé 4 000 heures de visionnage au cours des 12 derniers mois et atteint 1 000 abonné-e-s. Ce statut va permettre aux Youtubeur-se-s de diffuser des publicités avant et des encarts publicitaires sur ses vidéos dont ils pourront tirer un avantage financier en fonction du nombre de vues. Le type de vidéos qui rapportent le plus sont celles qui durent plus de 10 minutes, c'est pourquoi beaucoup d'entre elles durent 10 minutes et 1 seconde afin de rentrer dans les critères. Si, avant de parler des Influenceur-se-s, j'ai évoqué ces publicitaires "infiltré-e-s" c'est bien parce que beaucoup de vloggers basent la relation qu'ils ont avec leur audience sur ce rapport d'intimité dont nous avons parlé. En mélangeant privé et public, en mettant en ligne son quotidien, il devient celui des abonné-e-s, des followers. Lorsque ces vlogs deviennent objet financier⁶, le rapport en est changé, le regardeur-se voisin-e devient alors regardeur-se acheteur-se, consommateur-riche. Parce qu'il veut devenir cette personne et lui faire plaisir. Il veut appartenir à la communauté, au groupe de followers.



6. Capture d'écran de la vidéo *I went on a shopping spree... BIGGEST HAUL EVER!!* (2017), Cloe Feldman.

Il ne faut pas oublier que YouTube est basé sur le modèle méritocratique de l'American Dream. Il offre à toutes la possibilité de s'inscrire et de participer comme créateur-riche de contenu. N'importe qui peut alors rejoindre cette production sans fin d'images. YouTube nous offre alors la possibilité de vivre de notre passion par la monétisation et les sponsors, de vivre de ce que l'on aime : créer son image. Le site nous fait miroiter ses plus célèbres stars et cultive un éternel mystère autour de la vraie somme qu'ils arrivent à gagner.

Le rêve américain est basé sur la croyance que le travail, l'acharnement, les efforts et la persévérance permettra à tout le monde d'obtenir la vie qu'il souhaite ou mérite aux Etats-Unis. Apparue lors de la conquête de l'ouest américain au 18ème siècle, elle est ancrée dans la Déclaration d'Indépendance qui affirme que "tous les hommes sont créés égaux" et est fondée sur la notion de liberté. Ainsi le milieu social, la famille, la richesse, les connaissances, la discrimination et le mariage ne devraient pas être des aides ou des freins à la réalisation du rêve américain pour chacun-e. Tout ce qui est mis dans le système est alors rendu à la personne sous forme de succès ou de richesse. Cette façon de penser omet alors les inégalités sociales et va même avoir un effet culpabilisant pour les personnes qui, malgré leurs efforts, ne voient pas de résultats parce qu'ils sont victimes du système dans lequel ils évoluent. YouTube, sous son étendard Broadcast Yourself, est définitivement ancré dans ce système lorsqu'il récompense les utilisateur-ice-s qui ont des statistiques intéressantes en leur offrant la possibilité de se faire de l'argent. Les personnes les plus célèbres sont toujours mises en avant dans la page des tendances qui montre les vidéos à la mode. Il existe aussi des catégories "rising" où les youtubeur-se-s qui gagnent en succès sont mis en avant. Le nombre de vidéos détermine la visibilité et le travail investi dans chaque vidéo serait déterminant dans le fait qu'une vidéo "marche" ou non.

Cette mentalité a contribué à ce que l'on pourrait appeler une professionnalisation de la vidéo et, notamment, des vlogs. Peu à peu, les outils d'enregistrement vidéo se sont perfectionnés pour passer des

téléphones ou webcams à des caméras de haute qualité. L'utilisation de drones pour réaliser des plans presque cinématographique ainsi que de caméras "tout terrain" pouvant filmer sous l'eau ou dans des conditions extrêmes ont aussi permis de distinguer les vidéos de niveau plutôt amateur des autres. Peu à peu on oublie la caméra, le vlogger a appris à filmer pour que l'outil disparaisse. Une autre part importante dans ce processus est la qualité du story telling, c'est-à-dire la façon dont est raconté, et par le montage et par la parole, ce qui se déroule dans la vidéo.



8. Capture d'écran de la vidéo *everything is changing* (2018), CaiseyNeistat.

Des vloggers stars comme Casey Neistat⁷ se sont perfectionné-e-s afin de créer des vlogs impressionnants soit par leur contenu extraordinaire soit par la façon dont il est raconté. On se détache alors d'un rendu classique du quotidien, d'une habitude prise, il y a un vrai travail et une vraie réflexion dans la façon dont la vidéo est mise en forme⁸. L'authenticité du contenu est alors, elle aussi, remise en cause. Comment raconter une histoire et raconter sa vie le plus véridiquement possible? Du moins que cela soit assez vrai pour que le regardeur y croit et s'en investisse.

Bien sûr, ce genre de matériel, comme le temps qu'il faut pour mettre en place et monter ces vidéos, supposent un coût, parfois conséquent et ce, rien que pour le matériel nécessaire. Comment espérer rester dans une méritocratie quand la concurrence est si grande qu'il faut toujours s'améliorer et continuer à satisfaire ses abonné-e-s qui s'habituent à une qualité supérieure? C'est celui qui regarde qui détermine ce qui mérite d'être vu. On imagine alors que ces regardeur-e-s se basent sur leur propre volonté, choix, vision des normes et des règles à respecter. On, pourrait revenir sur le fait d'être un bon exemple et de garder une "bonne" attitude. On peut aussi imaginer que connaître et devenir ami avec quelqu'un de célèbre sur le site va nous permettre de profiter de sa visibilité comme les marques en profitent. Les interactions, les apparitions sur les photos ou les vidéos vont rendre curieux les followers. Il en va de même pour les discriminations, pourquoi imaginerait-on qu'il en est différemment sur YouTube?



MY FIRST VLOG

4,238,320 views

👍 75K 💬 779 ➦ SHARE ≡+ SAVE ...



CaseyNeistat ✓

Published on Mar 26, 2015

SUBSCRIBE 10M

on Snapchat CASEYNEISTAT

on <http://instagram.com/caseyneistat>

SHOW MORE

7. L'une des super star de YouTube, Caisey Neistat.



I Was ARRESTED When I Was 12 | StoryTime

7.7M views • 3 years ago

9. Thumbnail d'une vidéo de la chaîne ALYSSA FOREVER.

J'aimerais enfin aborder un dernier aspect, qui est celui du Clickbait⁹. Le clickbait consiste en un titre ou une image agui-cheuse qui va pousser au clic. Il profite de la curiosité et des désirs des internautes pour engendrer plus de passages et d'interactions sur le site. Des techniques spécifiques sont utilisées: par exemple, des listes ou des tournures de phrases comme "vous ne croirez jamais...". Le titre est accompagné d'une image qui, souvent, est une image tirée d'un stock d'images numériques payantes. Des jeux avec le flou, des ronds rouges ou du texte sur l'image vont insister sur le côté surprenant et subversif de l'article en question. Le clickbait est largement utilisé sur YouTube afin de générer plus de vues sur la vidéo. Ce que l'on appelle Thumbnail, qui est en fait la vignette de présentation de l'image sur laquelle nous devons cliquer pour accéder à la vidéo, est censée donner envie de regarder la vidéo. On est souvent face à quelque chose de tautologique : le titre de la vidéo exprime son contenu, le thumbnail reprend en image le contenu, un texte est souvent écrit dessus en reprenant le titre mais dans un phrasé différent, la vidéo est parfois littéralement ce que le titre et la vignette ont exprimé et, enfin, la description parfois, elle aussi, réexplique le contenu. Il n'y a pas d'erreur possible quant au contenu où au message à passer, il faut savoir donner envie. Trouver comment se démarquer lorsque tout le monde crée un contenu similaire. On tombe alors dans la volonté de montrer ou de faire penser que l'on va montrer du sensationnel, de l'inédit. Le clickbait ne se contente pas d'expliquer le contenu, mais il extrapole. Il est à la fois vecteur de désir et de déception, celle que l'on a en découvrant que la vidéo ne correspond pas à nos attentes, nos désirs. C'est encore une fois le Vor Lust, la tension avant la détente, le plaisir de savoir que l'on va y prendre du plaisir.

Si de nombreux YouTubeurs utilisent et abusent du clickbait, David Dobrik¹⁰, le youtubeur à près de 10 million d'abonnés, l'utilise de façon ironique et exagérée.

En effet, le clickbait est passé assez inaperçu au début, comme un autre moyen de marketing, jusqu'à ce qu'il devienne exagéré et intempestif sur internet. A partir de ce moment, beaucoup de personnes ont commencé à s'en moquer et à le parodier. Dobrik va reprendre cette utilisation intempestive, très vite décelée par ses abonné-e-s. Il est dans une blague constante, un running gag, dont les abonné-e-s ont les clés et y participent via leurs clics. Revenons à Naomi Klein qui explique dans son livre que les entreprises vont régulièrement utiliser l'ironie dans leurs tactiques commerciales. En montrant leur auto-dérision, elles prouvent qu'elles se détachent du modèle capitaliste habituel et deviennent, de ce fait, cool. La campagne publicitaire devient alors virale de par son détachement de sa propre image. Ce que fait Dobrik semble relever de la même technique commerciale. C'est-à-dire qu'il dénoncerait un procédé tout en l'utilisant, et ce, presque en permanence, chaque vidéo semblant la plus incroyable ou extraordinaire, tout en jouant sur le fait que les abonné-e-s connaissent le vrai contenu derrière ce titre que l'on pourrait qualifier de méta.



WE SPENT HIS \$10,000 IN 2 HOURS!! (SURPRISE)

10. Thumbnail d'une vidéo de la chaîne David Dobrik et vue de la chaîne (page suivante).



SURPRISING HIM WITH DREAM CAR!! (EMOTIONAL)

4M views • 2 days ago



HORRIBLE REASON TO END UP IN HOSPITAL!!

4.8M views • 4 days ago



SURPRISING BEST FRIEND WITH DREAM BIRTHDAY

5.9M views • 6 days ago



GIRLFRIEND FREAKS OUT!! TAKES CLOTHES OFF!!

5.2M views • 1 week ago



THIS MADE GIRLFRIEND BURST INTO TEARS!!

5.4M views • 2 weeks ago



LITTLE BROTHER BURST INTO TEARS OVER BEST SURPRISE

5M views • 2 weeks ago



FLAMING BALL JUST MISSES MY HEAD!! (BAD...)

5.5M views • 3 weeks ago



THIS STARTED A FIRE IN HIS HOUSE!! (SURPRISE)

5.6M views • 3 weeks ago



SURPRISING HER WITH DREAM GIFT!! (EMOTIONAL)

4.9M views • 4 weeks ago



4:21

**ST FRIEND
RTHDAY!!**

ys ago



4:21

**SURPRISING SISTER WITH
BIGGEST FEAR!! (FREAKOUT)**

4.7M views • 1 week ago



4:21

**THE POLICE WERE CALLED
ON HIM!! VERY BAD IDEA!!**

5M views • 1 week ago



4:21

**R FREAKS
PRISE!!**

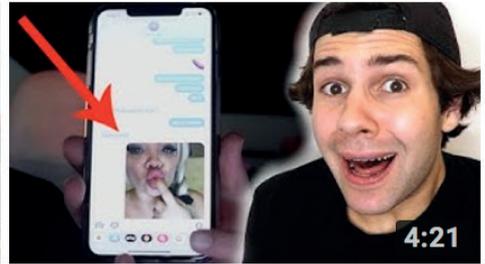
s ago



4:21

**POLICE CHOPPER COMES
BECAUSE OF SURPRISE!!**

5.1M views • 2 weeks ago



4:21

**FINDING MESSAGES FROM
HER EX-BOYFRIEND!!**

5.4M views • 3 weeks ago



4:21

**R WITH
MOTIONAL)**

eks ago



4:21

**THIS MEETING COULD
CHANGE TRISHAS LIFE!!**

5.6M views • 1 month ago



4:21

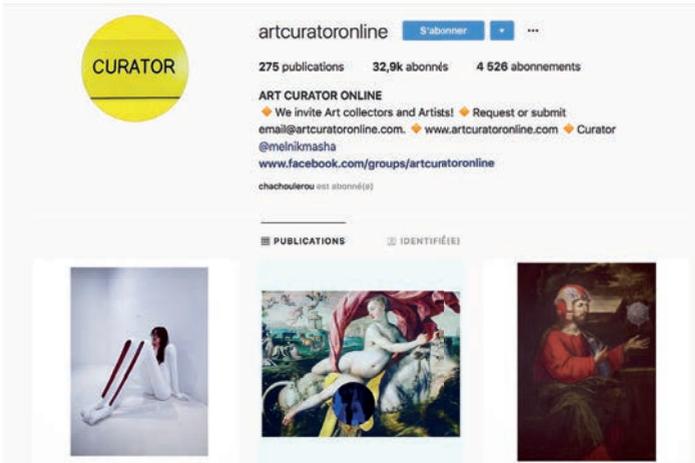
**LITTLE BROTHER WINS
EMOTIONAL AWARD!!...**

5.3M views • 1 month ago





L'acte artistique de se filmer soi-même



1. Page instagram de artcuratoronline.

Comment pourrait-on alors relier ces pratiques commerciales au monde et au marché de l'art? Il est certain que dans un monde basé sur les flux et la diffusion, l'art et les vidéos, les artistes et les créat-eur-ice-s de contenu partagent des réalités. Aujourd'hui, on n'a jamais vu autant d'art quotidiennement, que ce soit, par exemple, sur les pages Instagram de "curateur-ice-s"¹ version web, qui permettent la vision et la découverte d'artistes du monde entier s'inscrivant dans une contemporanéité. Ou encore sur les pages des artistes eux-mêmes montrant leur travaux finis ainsi que leur conception. Dans la réalité, personne ne pourrait voir, en allant de galerie en galerie, autant d'oeuvres qu'en scrolant. Nous n'avons jamais été aussi en face d'un art qui se crée. Les artistes peuvent devenir eux-mêmes des influenceur-se-s dans le monde de l'art.

En profitant de ces galeries, presque éphémères par la rapidité du renouvellement du flux, les artistes peuvent montrer un art qui se fait, un art en devenir. La visibilité locale devient alors mondiale et ce, beaucoup plus rapidement que cela ne l'a jamais été.

Il devient alors la responsabilité de l'artiste de participer aux flux incessant de contenu mis en ligne². Pour être au top, pour être vu, il faut toujours être présent-e, mettre en ligne, poster, éditer. Internet ne s'arrête jamais donc l'artiste ne peut s'arrêter et doit produire, publier pour être vu-e et reconnu-e, à la manière d'un-e influenceu-r-se. Bien sûr, les buts ne seraient pas les mêmes mais un certain désir de reconnaissance, d'être vu est souvent vu comme inhérent au monde de l'art. Il reviendrait alors à l'artiste le rôle de remettre en cause ces moyens de diffusion et de transmission, de se les réapproprier pour mieux les questionner.

Si les influenceu-r-se-s profitent du sponsor pour obtenir un revenu, on pourrait aussi évoquer les artistes qui voient leur projet être financé par de grandes marques qui fonctionnent alors comme des mécènes. L'idée ici n'est pas de critiquer la pratique, mais bien de souligner le fonctionnement du monde de l'art. Il y a toujours eu des gens pour créer et des gens pour les financer. Le terme de mécénat remonte à la Rome antique et a toujours été ancré dans la pratique artistique, jusqu'à nos jours. Il devient alors évident que les moyens des mécènes ont changé et que les pratiques ont été remises en question. D'abord des membres de la royauté ainsi que de riches bourgeois-e-s, puis des personnalités et maintenant des marques et de grandes entreprises investissent à leur tour, jusqu'à la création de fondations qui permettent aux artistes de développer et de présenter leur travail .

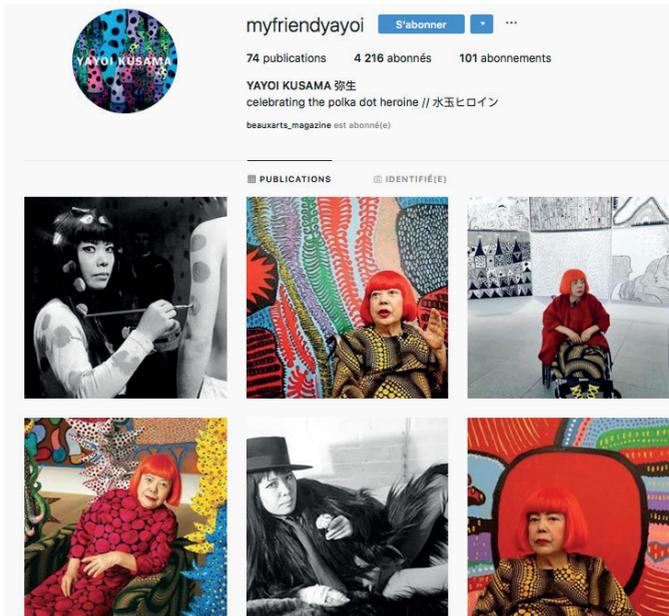
Il faudrait aussi noter la multiplication en ligne de plateformes de donations directes aux créat-eur-ric-e-s de contenus, voire aux artistes. Des sites sont ainsi apparus, comme Tipee ou Patreon, qui reprend le terme de *patron* pouvant s'apparenter, surtout par l'origine anglaise, au terme mécène. Par un système de dons exceptionnels ou mensuels, les followers ont ainsi la possibilité de payer directement, moyennant un pourcentage versé au site, les personnes qu'ils suivent. En échange iels bénéficient de contenu exclusif. Encore une fois, on peut penser à la pratique du

mécénat qui serait ici collaboratif puisque plusieurs personnes donnent des sommes différentes et obtiennent en retour des contenus différents, mais c'est ici une sorte de production directe du product-eur-riche au consommateur-riche.

Ainsi l'artiste ne serait pas si éloigné ou en marge des pratiques actuelles et du sponsoring intensif que l'on retrouve sur la toile. Même si les moyens ne sont pas toujours les mêmes on peut trouver des points communs intéressants.

Cela peut nous permettre d'introduire notre dernière partie ainsi que de se réintéresser aux vlogs. En effet, on pourrait alors rapprocher une pratique artistique de celle du vlog, les deux mondes ne seraient pas si éloignés. L'art performatif et les auto-filmages seraient ce qui se rapproche le plus de la pratique des vlogs. Cette dernière serait aussi un moyen de remettre en question les questions actuelles de l'image et de la publication, l'édition ou la mise en ligne sur internet.

Qu'est ce que sous-entendrait, alors, le fait de se filmer en continu ou même au occasionnellement ?



2. L'instagram de l'artiste Yayoi Kusama.

Se filmer jusqu'à sa mort

Nous pourrions commencer à évoquer le sujet par l'introduction la chaîne YouTube LonelyGirl15¹. Il y a 12 ans, aux tout débuts de YouTube, cette chaîne commence à accueillir les vidéos d'une jeune fille américaine se filmant à la webcam dans sa chambre. Dans un système de face to cam elle expose sa vie comme dans un journal intime. N'allant pas au lycée mais étudiant depuis chez elle on s'aperçoit vite que la jeune fille est souvent seule, à part lorsqu'elle reçoit la visite de son ami Daniel. En se développant, la chaîne va s'apparenter de plus en plus à des vlogs avec des passages d'enregistrement en position "selfie". Dès la première vidéo c'est un succès avec près de 100000 vues ce qui, à l'époque, était remarquable. Lonelygirl15 est suivie par ses fans, sa page Myspace gagnant de plus en plus d'ami-e-s et ses aventures étant discutées sur des blogs ou dans les commentaires. Quelques mois plus tard, il est révélé que tout est faux: les personnages sont en fait des acteur-ric-e-s et les vidéos résultent d'une mise en scène et d'un scénario qui inaugurent les premières web-séries. Si la découverte de la tromperie aurait pu faire fuir les spectateur-ric-e-s, c'est en fait sa couverture médiatique qui a permis de faire perdurer le succès et ce jusqu'en 2008.



1. Capture d'écran de la vidéo *First blog / Dorkiness Prevails* (2006), lonelygirl15.

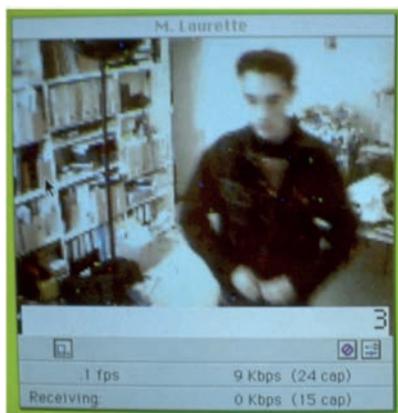
Ce qui me semble intéressant ici c'est que dès le commencement de la plateforme YouTube, il y a remise en cause des formats présents sur le site. Ce qui a pu séduire c'est sans doute l'aspect narratif et l'amateurisme, facile à reproduire, des vidéos produites à l'époque. Il y a déjà prise en main et remise en cause du médium. Le réel des vidéos face to cam et des vlogs est contesté et ce qui compose la vidéo, que ce soit le maniérisme, les thèmes abordés, la façon de filmer, est déjà analysé et compris par les réalisateur·rice·s et créateur·rice·s Miles Beckett, Mesh Flinders, Amanda et Greg Goodfried. En créant cette fiction, iels témoignent de l'intérêt et des possibilités du médium sans jamais vraiment pousser ou questionner vraiment ce qu'une telle plateforme pourrait permettre. En effet, le résultat s'apparente plus à un film de fiction sous forme de found footage.

Cependant, si j'ai cru bon d'en parler comme introduction c'est bien parce qu'il me semble qu'une telle plateforme pourrait devenir, pour les artistes, un lieu d'expérimentation des formes de publications en ligne mais aussi parce que certains aspects de la pratique des vlogs ne sont pas si différents des sujets abordés par les artistes, que cela soit de façon consciente ou inconsciente.

Nicolas Thély expose d'ailleurs dans son livre quelque chose qui me semble intéressant : le plus souvent il y a décalage entre l'acte de filmer, de se filmer, et l'acte de diffusion, de mise en ligne. En exposant ce fait, il le compare à ce qui se passe lors de l'exposition d'une oeuvre récente : en effet nous sommes aussi dans quelque chose d'inscrit dans le passé. Dans les deux cas, on nous présente quelque chose de passé mais qui se représente comme quelque chose qui relève d'une actualité, celle de l'artiste ou du vlogger par exemple. Pour ce-tte dernier-e, la parole est toujours au présent puisqu'il filme ce qui se passe pour lui ou elle. On a aussi une prise en compte de la temporalité du moment de la diffusion en ligne de la vidéo car le-a vlogger se place au moment où la vidéo sera potentiellement visionnée en faisant référence au futur. Thély va ensuite évoquer l'oeuvre *Artist's studio spycam, version Montpellier 1.0* (1997)² de l'artiste Matthieu Laurette. Ce dernier, lors d'une exposition au Frac Languedoc-Roussillon, va mettre en place une webcam dans son atelier dont la rediffusion sera disponible sur un ordinateur connecté à internet dans le lieu d'exposition. Ainsi, les visiteur-se-s peuvent venir et observer discrètement l'artiste au travail, à la manière d'espion-ne, comme le suggère le titre de l'oeuvre. Ce travail est intéressant en ce qu'il montre comment le processus de création se met en route, comment montrer ce qui est alors en train de se faire. Il se réapproprie un moyen de diffusion qui commence, à l'époque, à être courant. Ce moyen de diffusion passe par la webcam. Laurette se place à l'époque comme l'un des premiers artistes à utiliser et remettre en question la webcam et donc la publication en ligne de son image. Habituellement le vernissage ou l'exposition nous montre le résultat d'un travail de réflexion qui s'étale parfois sur des années, cette période a permis la naissance et l'aboutissement du projet. On considère alors qu'elle est tout aussi importante. On est loin d'une intrusion dans l'intimité de l'artiste puisqu'il n'y a même pas encore de son accompagnant l'image. La caméra



2. *Artist's studio spycam, version Montpellier 1.0* (1997), Matthieu Laurette
 Vue de l'exposition et capture d'écran de la webcam.



est constamment positionnée vers le travail en train de se faire, dans un atelier qui est dédié à la pratique artistique. Pour lui, c'est une manière de confronter le format de l'exposition et le non-format qu'offre internet et ses moyens de diffusion. C'était aussi l'occasion d'une première expérimentation et d'une première entrée, pour lui, de la technologie qu'offre internet dans son travail artistique ainsi que dans les musées.

On peut alors penser à un autre artiste qui a mis en pratique un enregistrement de son atelier. En effet, Christian Boltanski a vendu sa vie au milliardaire tasmanien David Walsh en 2010. C'est-à-dire qu'en échange d'une rente viagère, l'artiste re-transmet en permanence des images de son atelier à Paris, via trois caméras qui empêchent les angles morts. Que l'artiste soit présent ou non à l'image, Walsh s'est engagé à conserver tous les DVD qui constitue ce que Boltanski appelle sa mémoire. Cet enregistrement et donc cette collection se constituera jusqu'à la fin de sa vie, car cette oeuvre découle en fait du pari que Boltanski mourra au bout de 8 ans. A sa mort, Walsh héritera de l'oeuvre *La vie impossible de C.B.*³ Par ce pari avec la mort, Boltanski est dans la continuité de questionnements qui traversent son oeuvre toute entière. Ces derniers sont, entre autres, la mort et la mémoire. Marqué par la Shoah depuis sa naissance, il parle de la mort des masses par des oeuvres marquantes comme *Personnes* (2010) au Grand Palais à Paris, qui nous montre des tas gigantesques de fripes se faisant déplacer par des machines, telles la main de Dieu. Ou encore, en évoquant des présences et donc des absences avec l'oeuvre *Les Archives du coeur* (2008), située sur l'île japonaise de Teshima, constituée de battements de coeur collectés dans le monde entier. Une autre thématique revenant souvent dans son travail est celle de son histoire personnelle, ou plutôt de son impossibilité à rendre compte de cette histoire. Par exemple, avec *La vie impossible de C.B.*, il présente ses archives dans 20 vitrines et donc, pour lui, sa vie. Ses archives sont consti-



3. *La vie impossible de C.B.* (2001), Christian Boltanski
Présentée à Ausstellungsansicht im Kunstmuseum Liechtenstein.

4. Texte paru dans l'édition originale de *Recherche et présentation de tout ce qui reste de mon enfance, 1944-1950* (1969), Christian Boltanski.

tuées de bouts de papiers, de bribes, de choses qui ne rendent pas compte de ses “prouesses”, mais bien de son quotidien. Dans la préface de son édition *Recherche et présentation de tout ce qui reste de mon enfance, 1944-1950*, il nous fait comprendre que ce travail de recherche de son passé, de collecte, de classification et de « On ne remarquera jamais assez que la mort est une chose honteuse. Finalement nous n'essayons jamais de lutter de front, les médecins, les scientifiques ne font que pactiser avec elle, ils luttent sur des points de détail, la retardent de quelques mois, de quelques années, mais tout cela n'est rien. Ce qu'il faut, c'est s'attaquer au fond du problème par un grand effort collectif où chacun travaillera à sa survie propre et à celle des autres.

Voilà pourquoi, car il est nécessaire qu'un d'entre nous donne l'exemple, j'ai décidé de m'atteler au projet qui me tient à coeur depuis longtemps: se conserver tout entier, garder une trace de tous les instants de notre vie, de tous les objets qui nous ont côtoyés, de tout ce que nous avons dit et de ce qui a été dit autour de nous, voilà mon but. La tâche est immense et mes moyens sont faibles. Que n'as-je commencé plus tôt? Presque tout ce qui avait trait à la période que je me suis d'abord prescrit de sauver (6 septembre 1944-24 juillet 1950) a été perdu, jeté, par une négligence coupable. Ce n'est qu'avec une peine infinie que j'ai pu retrouver les quelques éléments que je présente ici. Prouver leur authenticité, les situer exactement, tout cela n'a été possible que par des questions incessantes et une enquête minutieuse.

Mais que l'effort qui reste à accomplir est grand et combien se passera-t-il d'années, occupé à chercher, à étudier, à classer, avant que ma vie soit en sécurité, soigneusement rangée et étiquetée dans un lieu sûr, à l'abri du vol, de l'incendie et de la guerre atomique, d'où il soit possible de la sortir et de la reconstituer à tout moment, et que, étant alors assuré de ne pas mourir, je puisse, enfin, me reposer. »

Christian Boltanski

Paris, mai 1969

protection est en fait un moyen, pour lui, de se rendre immortel. Son art, un art qui veut sauver ce qu'il nomme la “petite mémoire”, celle du quotidien et hors des livres, est un moyen de

fuir la mort ou du moins de la repousser. S'il décide de faire un pari sur sa mort en finissant par enregistrer toute sa vie, c'est bien parce qu'il sait qu'en vendant sa mort il met en place une façon de continuer à vivre à travers ces images. Pour lui, tout artiste essaye d'arrêter le temps et de redonner vie, tout en sachant que cela sera voué à l'échec. C'est pourquoi il est impossible de rendre la vie de Christian Boltanski, même pour lui. L'un de ses derniers projets, *Storage Memory* permet à n'importe qui de payer un forfait de 10€ par mois pour un an et d'accéder ainsi à 10 vidéos d'une minute par mois. Par ce procédé, il espère toucher un maximum de personnes venant de partout dans le monde. En sortant des procédés classiques du marché de l'art, il instaure cette somme qu'il considère symbolique. Il a en effet remarqué que les personnes qui devenaient les plus importantes pour lui aujourd'hui étaient les maisons de vente. Même s'il est conscient de la relation ancienne que personnalités riches et artistes entretiennent, il la trouve dangereuse. Ce procédé pourrait d'ailleurs nous rappeler la plateforme Patreon dont nous parlions plus tôt. On voit qu'il y a actuellement la volonté d'un financement qui permettrait un rapprochement direct de la personne qui produit à celle qui consomme, une proximité qui ne serait plus seulement réservée à ceux qui détiennent les moyens financiers. Il veut parler du singulier, ce qui le concerne, pour aller au collectif. Le soi-même devient celui de chacun. C'est encore une autre façon pour lui de se rendre immortel, de conserver sa mémoire dans celle des autres, à travers les autres, ceux qui vivront. Il a lui aussi imaginé ce projet comme un journal adressé à ceux qui le financent.

On peut alors interpréter que, pour Boltanski, l'enregistrement du quotidien est bien pensé comme une fuite de la mort, une façon de se penser mais aussi de se faire penser par les autres. Il n'y a pas la volonté de restituer une vérité ultime ou une authenticité mais de restituer ce qu'il y a, ce qui se passe, ce qui reste de

toutes ces expériences. Cette petite mémoire, celle du quotidien semble aussi importante que la grande histoire, aussi importante à restituer. Ce questionnement n'est pas nouveau mais il transparaît encore aujourd'hui dans nos nouveaux moyens de communication: une image de soi comme trace de soi, trace sur le monde. Souvent, dans les vlogs, les vloggers évoquent le fait que ces vidéos leur permettent de se souvenir, d'avoir une trace, et qu'ils retournent les voir comme nous regardons des photos de famille évoquant de bons souvenirs.

Cette peur de la mort ne concerne pas que les artistes, on pourrait aussi la retrouver de façon presque explicite de nos jours sur YouTube. Par exemple Taliajoy18⁵ était le nom de la chaîne de la jeune Talia, une adolescente américaine atteinte d'un cancer. Sa chaîne YouTube est principalement constituée de tutoriels de maquillage entrecoupés de vlogs, ainsi qu'une sous-catégorie qu'elle nommait des *cancervlogs*. Ces derniers lui permettaient de mettre à jour les informations sur son état de santé auprès de ses abonné·e·s. Grâce à sa chaîne, elle a été reconnue pour ses talents de maquilleuse et sa résilience, cela lui a permis d'aller sur des plateaux de talk show et de devenir une Cover Girl à titre honorifique. À sa mort, de nombreuses célébrités et la plateforme YouTube ont adressé leurs condoléances. La chaîne est toujours en ligne et fonctionne comme une sorte de lieu d'hommage à Talia. Malgré le fait que plus aucune vidéo n'a été mise en ligne, on peut toujours voir que plus d'un million de personnes sont restées abonnées. Sa mémoire et sa trace sont donc toujours en ligne, d'une certaine façon, son existence continue après sa mort. En choisissant de filmer son quotidien tout en étant malade il y a sans doute, même inconsciemment, cette volonté de laisser sa trace, de publier non seulement des vidéos, mais une part de soi en ligne. Elle ne représente pas un cas isolé puisque de nombreux "cancervlogs" sont en ligne sur YouTube. Parfois les personnes ont réussi à combattre la maladie, tandis que d'autres n'ont pas



5. Capture d'écran de la vidéo *CancerVlog : March 10th, 2013* (2013), taliajoy18.

pu. La chaîne devient alors réellement un lieu d'hommage, de recueil et de mémoire, surtout quand la famille continue de mettre en ligne des vidéos parlant de la personne, de ce qui est arrivé pour elleux ou encore où iels en sont aujourd'hui.

On peut alors s'intéresser à un artiste qui s'est lui aussi filmé jusqu'à sa mort. Nelson Sullivan était un vidéographe qui, pendant sept ans, a filmé la vie dans le "downtown" new-yorkais des années 80. Sa technique de filmage s'apparente totalement à celle des vloggers puisqu'il filme son quotidien, ses proches et il va même retourner la caméra sur lui s'incluant ainsi comme personnage principal dans les vidéos⁶. Sans procéder à aucun montage, il filme ses journées du moment où il quitte son appartement à son retour le soir, utilisant ainsi une cassette par jour et créant, au total, plus de 1900 heures de visionnage. Son rêve était d'avoir une émission télévisée et pour ce faire, il a d'abord cherché une sorte de présentateur pour animer ses vidéos. Après avoir tenté avec certain-e-s de ses ami-e-s, il s'est finalement mis en scène lui-même. On peut ainsi suivre ses aventures dans le New-York queer et effervescent de l'époque, mais aussi y voir les ravages du sida qui sévissait particulièrement à cette époque. Il se considérait lui aussi comme un *diarist* et s'était fabriqué une sorte de personnage et une représentation personnelle qui lui était propre dans ses vidéos. Ce qui est intéressant c'est qu'il est alors la première personne à se filmer dans son quotidien et qui procède à ce retournement de l'optique vers soi, on est presque devant les premiers vlogs comme on peut les voir aujourd'hui. Cependant, une différence majeure est notable dans le fait qu'il n'y avait aucune publication ou diffusion des vidéos, elles touchaient un public strictement personnel, même s'il avait l'idée et la volonté d'en faire une émission télévisée.

Il avait réellement l'envie de rendre ce qui se passait à l'époque autour de lui, on peut y voir Andy Warhol ou encore la future star drag queen Ru Paul. Nelson va donc se filmer jusqu'à ses

6. Capture d'écran de la vidéo *Stopping at McDonald's in 1989* (1989) (titre posthume), Nelson Sullivan et de la vidéo *Nelson Sullivan : Video Vampire* (1989), Laurie Weltz.



derniers jour puisque la dernière vidéo se finit quelques heures avant qu'il ne succombe à une crise cardiaque⁷. Dans cette vidéo on peut le voir, fatigué, promenant son chien en compagnie d'un ami de longue date. Entre quelques plans de la jetée près de chez lui, il évoque la mort de l'une de ses amies ainsi que ce qui se passait au même endroit dix ans auparavant. Il va aussi dire cette phrase presque annonciatrice après avoir regardé son amie Christina et son chien partir en courant : «It's July the third and it's the last day I'm gonna have, not to be running»⁸. Cependant Sullivan ne se filme pas seulement de façon innocente, il entame une réflexion durant les sept années d'enregistrement constant de son quotidien. Dans l'une de ses vidéos, renommée et publiée à titre posthume en 2017, *Nelson Sullivan discusses the Reality of Video in the Chelsea Hotel* (1989), il a une discussion avec une connaissance à propos de son rapport avec cette pratique, elle l'interview tout en le filmant. L'un des sujets évoqués est le fait que, pour lui, ces vidéos ne sont pas la réalité mais un moyen de reconstruire une réalité qui a été, de s'imaginer ce réel par le visionnage. Filmer ces vidéos serait pour lui un moyen direct de communiquer une expérience, de la montrer. Il dit tordre, modifier la réalité alors même qu'il la vit, en se positionnant comme personnage principal et comme manipulateur de la caméra. Il n'est pas passif devant ce qui lui arrive mais actif et réactif même, afin de donner un point de vue, le sien. Il enregistre et produit tellement d'images qu'il en vient à en oublier la majorité, dont il se souvient seulement quand il les visionne. Il en arrive pourtant au point où il ne peut plus tout regarder car il produit trop d'heures de visionnage. Les cassettes empilées nous font alors penser aux DVD de Boltanski qui s'empilent, eux, auprès de Walsh. A sa mort, Sullivan a pu continuer à vivre à travers ces cassettes, des enregistrements qui, précisons-le, sont à l'heure d'aujourd'hui disponibles sur YouTube. Ces vidéos sont des versions éditées qui fonctionnent un peu comme un best-of de tout ce qu'il a pu

8. «C'est le 3 juillet et c'est le dernier jour que je vais avoir, à ne pas courir».

enregistrer. On perd le fil ininterrompu qu'il avait pu créer en ne faisant aucun montage. Mais la publication qu'il n'avait pas pu faire à l'époque a donc été réalisée à titre posthume et la plateforme devient alors une sorte de lieu d'exposition de son travail. Sur YouTube, les vidéos deviennent une trace de sa vie, de ses expériences, mais aussi d'un New-York comme il n'a jamais été filmé dans les années 80. Il était très lucide quant aux avancées possibles des technologies de filmage et a d'ailleurs dit, sans rien connaître des réseaux sociaux, que dans le futur, nous enverrons toutes des cartes postales vidéos dans le monde entier •



7. Capture d'écran de la vidéo *Nelson's Last Tape - July 3, 1989* (1989) (titre posthume), Nelson Sullivan.

L'auto-filmage dans l'art

Dans les années 60, de nouveaux moyens de filmer, et donc de se filmer, se sont développés et ont pu permettre aux artistes d'expérimenter l'enregistrement vidéo. En effet, ce que l'on nommera plus tard auto-filmage est apparu avec l'arrivée de caméras comme l'Handycam de Sony qui permettait une manipulation beaucoup plus facile de la caméra. Pour Mathilde Roman, l'auto-filmage se construit comme un parti pris qui permettrait de représenter la position de l'individu face au monde. La vidéo a ainsi permis aux artistes d'exprimer des revendications, de rendre des performances, de capter leurs oeuvres d'art. L'art vidéo a pu s'inscrire dans des paysages politiques et sociaux. C'est le retour immédiat de l'image qui a surtout permis l'auto-filmage, selon elle, le premier échange de regard avec son reflet implique une réflexivité. En perturbant le soi dans son image, ce sont des croyances, des visions qui sont remises en question.

On pourrait alors en revenir à Clara Thomine avec, cette fois, la vidéo *Troisième oeil* (2017). Dans cette dernière, lors d'une conférence au casino du Luxembourg, nommée *Comment documenter l'art aujourd'hui*, elle tente de répondre à la question de son point de vue. Elle nous explique qu'il existe différentes manières de capter une oeuvre et que le contexte est important pour pouvoir la comprendre et aussi l'authentifier en tant qu'oeuvre. Le troisième oeil serait celui de la caméra, qui est en fait celui de la personne qui filme à travers la caméra. C'est par là que le regard est exprimé. Elle nous dit que dans cette vidéo nous sommes déjà dans un film et donc à l'intérieur du problème même, ce qui lui permet d'expérimenter directement à travers le regard. Elle va choisir une vision. Il y a alors le regard de l'artiste, celui du spectateur auxquels s'ajoutent le regard de la personne qui capte l'oeuvre ainsi que celui du spectateur de cette captation. Elle pose ainsi la question qui traverse l'histoire de l'art surtout à l'ère du numérique, comment rendre d'une oeuvre d'art par l'image?

On peut alors s'intéresser à la mise en vidéo des performances de Marina Abramovic. Cette artiste serbe a, depuis 1973, réalisé un grand nombre de performances mettant son corps à contribution afin de remettre en question ses limites ainsi que le rapport entre performeur·r·se et public. Elle dit se positionner comme miroir de la peur des gens. Il y a aussi une certaine remise en question de comment rendre compte d'un acte performatif qui, de part ses spécificités, est forcément un art éphémère. Elle a, en effet, la volonté que le·a spectat·eur·rice oublie le temps au lieu de l'accorder à la performance. Pour ce faire elle veut mettre en place un conditionnement particulier de l'esprit autant pour elle que pour les spectat·eur·rice·s. On peut alors penser aux performances *Freeing the Voice*, *Freeing the body* et *Freeing the memory* (76) qui toutes les trois ont été pensées par l'artiste afin de la libérer de ses carcans physiques et mentaux pour atteindre une autre forme de pensée. Dans *Freeing the memory*¹ on voit son visage en plan très rapproché, elle énumère tous les mots



1. Capture d'écran de la vidéo *Freeing the memory* (1976), Marina Abramovic.

qu'elle connaît à ce jour pendant une heure et demi environ jusqu'à épuisement de ses souvenirs. Ce qui me semble intéressant en relation à notre sujet c'est comment elle entre déjà dans un auto-filmage, c'est certes une performance mais le plan rapproché témoigne d'un choix visuel de l'artiste dans la représentation de sa personne. L'utilisation de la proximité de la caméra nous transpose dans une situation de rapprochement du ou de la spectat-eur-riche et ce même si-els ne sont témoins que de l'après, de la vidéo. On est en effet dans une situation qui en appelle à l'intimité de l'artiste dans le sens où elle exprime quelque chose d'elle, elle est en recherche dans sa mémoire. Son choix de mot est totalement subjectif et propre à elle. Cependant son regard ne s'adresse jamais vers nous mais toujours en hauteur, comme si elle était totalement perdue dans sa réflexion. Elle est en elle et ne donne pas aux autres mais le fait pour elle même, pour se "libérer", passer à cette nouvelle conscience. Les deux vidéos qui rendent des deux autres performances sont moins dans cette proximité mais plus dans un rendu objectif de performance, les plans montrent l'artiste dans son intégralité ou presque, elle est au centre de l'image, le choix dans la manière de filmer semble moins affirmé.

Cette façon de filmer me rappelle alors l'une des vidéos de l'artiste américain Vito Acconci. En effet, entre 1971 et 1974 il réalise trente-trois vidéos sur cassette qu'il réunira ensuite en un film nommé *The red tapes* (77). Il explore, en trois parties, sa topographie personnelle. Il tente d'y situer son identité personnelle par le langage, l'histoire ou encore le contexte social, tout cela à travers des images photographiques, de la vidéo, de la musique et du texte oral. Ce texte exprime une profonde recherche de soi mais aussi de l'Amérique. Par cette autobiographie social, il passe du *Je* au *Nous*. Le cadre des images et majoritairement fixe et centré sur lui de face, de dos, au loin. Parfois il se tait ou murmure, s'adresse au public ou à une tierce personne qui serait une sorte de confident-e, un-e amant-e. Avant d'être un film les vidéos n'ont pas de montage, tout est en temps

réel, souvent leur durée est dictée par celle d'une cassette. Dans l'une d'entre elles, *Theme song* (73)², Acconci explore cette proximité avec le spectateur-riche. On peut alors le voir, sur un plan très rapproché de son visage, il est allongé et s'adresse au ou à la spectateur-riche. L'interaction cherche à créer un rapport intime mais dans un certain malaise. En fond on entend des musiques populaires américaines, il invite le spectateur-riche à se rapprocher, à venir dans son intimité. Dans ses supplications il implore à le rejoindre, en faisant comme si, dans son discours, il nous connaissait intimement. L'écran devient lieu possible de l'intime, de la rencontre avec l'inconnu comme connaissance proche.

«Of course I can't see your face. I have no idea what your face looks like. You could be anybody out there, but there's gotta be somebody watching me. Somebody who wants to come in close to me ... Come on, I'm all alone ... I'll be honest with you, O.K. I mean you'll have to believe me if I'm really honest...»³

Il y a remise en question du lien, encore une fois, entre regardeur-r-see et regardé-e. Cette proximité est presque perverse et le ton qu'il emploie en voulant nous inviter est dérangent. Il explore par la vidéo le rapport que nous entretenons avec lui, avec l'artiste et avec la vidéo. Avant même les études actuelles sur le rapport à l'écran et à l'intime il commence à le remettre en question. Ainsi ces deux artistes ont tou-te-s deux eu un travail important de performance et iels ont utilisé la vidéo pour en rendre compte. On peut y voir un basculement où la vidéo est pensée tout aussi bien dans l'après, dans ce qu'elle rend. Ici elle rend de l'intimité, de la proximité, elle joue sur la réaction du futur public, du décalage qu'elle peut créer. La vidéo est pensée comme outil et notamment outil de l'intime.

J'aimerais enfin aborder deux artistes français qui ont eux aussi expérimentés l'auto-filmage chacun à leur façon mais qui s'écartent fortement de la manière dont ces deux précédent-e-s artistes performeur-se-s se le sont approprié. Ils touchent l'intime d'une façon différente.



2. Capture d'écran de la vidéo *Theme song* (1973), Vito Acconci.

3. Citation extraite de la vidéo.
«Bien sûr je ne peux pas voir ton visage. Je n'ai aucune idée de ce à quoi ton visage ressemble. Tu pourrais être n'importe qui, mais il doit bien y avoir quelqu'un qui me regarde. Quelqu'un qui veut venir ici près de moi... Viens, je suis tout seul... Je serai honnête avec toi, OK. Je veux dire que tu devras me croire si je suis vraiment honnête...»

Tout d'abord l'artiste Pierrick Sorin qui a réellement déterminé le terme d'auto-filmage, il le pratique et l'utilise dans presque toutes ses pièces. Il s'est ainsi mis en scène lui-même ou s'est inventé des personnages tragi-comiques, pathétiques, dépressifs qui expriment sa propre vision de lui ou du monde. S'il a beaucoup expérimenté avec sa propre image je voudrais surtout m'attarder sur l'une de ses œuvres : *Une vie bien remplie* (1994)⁴. Dans cette installation vidéo on peut voir une vingtaine de moniteurs montrant chacune une vidéo accélérée en sépia. Chaque vidéo montre une tâche banale du quotidien que l'artiste accomplit comme bercer un enfant, ouvrir une boîte de conserve, faire son linge etc. En fond, sur un mur, est projetée une vidéo de l'artiste qui se filme en position selfie, il semble inquiet, on peut aussi voir par dessus cette vidéo en jeu de transparence toutes les vidéos de l'installation, montées à la suite. Pour lui c'est une représentation de la vacuité de la vie, que l'on passerait tout son temps à faire des choses sans but, sans fin. Cette œuvre semble exprimer la peur de la mort et l'angoisse d'avoir fait tout ça pour "rien". En s'appropriant un quotidien commun à toutes par ces actions, il nous confronte à notre propre peur, la névrose de l'artiste comme névrose de toutes. En filmant son visage apeuré il nous représente aussi dans cette position. Il y a aussi l'idée d'être obsédé-e par soi-même, par son image, par ce que l'on devrait faire. Une vie tournée sur soi et ses angoisses finalement. Il nous semble ainsi que même s'il tourne effectivement la caméra vers lui il est en quelque sorte conscient de ce que cela signifie et de ce que cela implique. Il rend de sa vie à travers ses peurs. A travers les peurs de chacun-e. Il y a encore cette idée que l'on échapperait à la mort en filmant la vie, en rendant compte de ce que l'on a fait. Sorin angoisse alors de se rendre compte qu'il n'a rien fait de bien de sa vie, rien d'intéressant. Le dernier artiste qui nous intéresse est, lui, dans une captation du temps mais d'une façon détournée. Joël Bartoloméo décide de 1991 à 1995 filmer sa famille et ses proches sous toutes les coutures afin de les rassembler dans le projet *Mes Vidéos*⁵. Sa famille, composée



4. Installation de *Une vie bien remplie* (1994) au FRAC Pays de la Loire (2012), Pierrick Sorin.

de sa femme Lili et de leur deux enfants, est le sujet principal de ses vidéos. Filmés dans leur intimité on assiste à des films de familles classiques mais présentés au public. Pour lui c'est une façon de refilmer sa vie, de son enfance à travers celle de ses enfants et ce qu'ils partage avec lui. Ces vidéos composent alors, peu à peu, une sorte d'autoportrait en creux. On est ainsi confronté aux multiples dysfonctionnements de la famille, aux peurs, aux moments de vides. Les vidéos ne s'attardent pas sur les moments joyeux ou vraiment intéressants mais plus sur les à côtés, ce qui se passe avant et après. Il y a très peu de narration et, même s'il apparaît à l'écran et qu'on l'entend, Bartoloméo est surtout en retrait face à ce qui se passe. Il devient observateur de son propre quotidien, il cesse d'en faire partie, en un sens, pour que l'image se donne à sa place. Sa femme répétera à plusieurs reprises de ne pas la filmer mais il continue, dans plusieurs vidéos on y voit une sorte de détresse tandis qu'il reste en retrait, immuable dans son rôle de regardeur, de filmeur. Il y a alors une sorte de décalage, le spectateur-riche semble voir quelque chose qu'il n'aurait pas dû. On est transporté dans leur intime, les plans sont rapprochés, les sujets abordés sont presque privés, on ne devrait pas être là et pourtant la vidéo existe et nous la regardons. La façon dont il filme n'est pas non plus frontale, parfois les têtes sont coupées, les plans éloignés, ce qui renforce la position presque de voyeur du ou de la spectateur-riche.

Pour revenir à une notion plus proche de l'archivage, et plus récemment, nous pourrions parler de l'artiste Erica Scourti. Cette dernière a très souvent publié ses performances et ses pièces sur YouTube, les rendant ainsi accessibles à toutes. La plupart de ses vidéos sont filmées dans une position selfie ou encore face à la caméra et reprennent certains codes du vlog. Ses travaux incluent un aspect introspectif où l'artiste va partir à la recherche de son empreinte digitale en ligne ou encore dans ses propres archives vidéos afin d'y trouver des moyens de créer des nouvelles formes. Il y a toujours ce travail de retour en arrière, Scourti est dans une rétrospection avec,



5. Capture d'écran de la vidéo 28. *La tarte au citron*, nov. 93 (1993), Joël Bartoloméo.

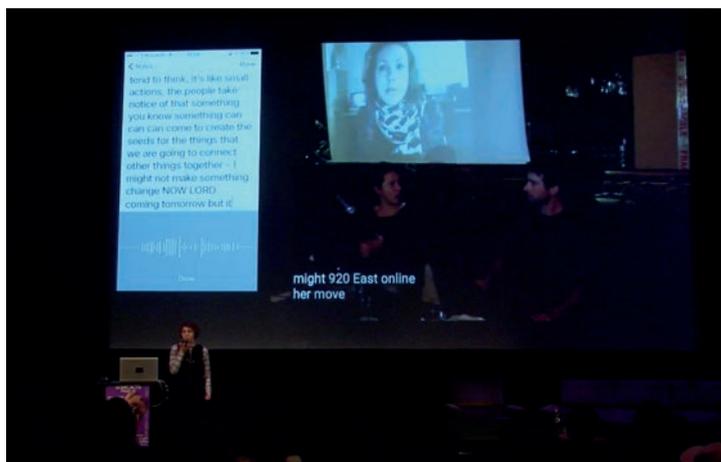
6. Impression écran de la performance
Hot readings, Erica Scourti
SONIC ACTS FESTIVAL -
THE NOISE OF BEING
24 February 2017 - De Brakke Grond,
Amsterdam, The Netherlands
(voir page ci-contre).

7. Geert Lovink 'The Art of Watching Databases',
in Geert Lovink and Sabine Niederer (eds)
VideoVortex reader. responses to Youtube,
Amsterdam: Institute for Network Cultures,
2008, P9-12.

par exemple, *Hot Readings*⁶ (2017) où elle réalise ce qu'elle-même nomme une review de ses propres performances. Projeté à l'écran derrière elle on peut y voir différentes vidéos qu'elle a pu réaliser sur lesquelles elle a activé l'option créée par YouTube qui permet de générer des sous-titres automatiquement. elle même va lire ses bribes de textes, parfois déformés, qui sont alors retranscrit en direct par son téléphone grâce à un logiciel de reconnaissance vocale. On est alors à la fois devant un retour d'archive et une création d'une nouvelle archive, les statuts s'entremêlent pour donner cette pièce à la fois introspective et détachée de l'artiste en ce que son retour est finalement très formel et à la fois dicté par les technologies qu'elle décide d'utiliser. Scourti a aussi pu aborder le sujet de l'archivage personnel cette fois-ci avec *Dad's Diary* (2009, réédition en 2017) qui est une vidéo où l'on peut entendre son père nous lire un extrait de son propre journal intime lors d'un voyage en Grèce où l'artiste n'était alors qu'une adolescente. A l'image on peut y voir un montage de différents vlogs de vacances en Grèce qu'elle a pris sur Youtube puis compilés par différents effets de montage. Elle associe ainsi, par des biais détournés, deux visions de son adolescence qu'on pourrait qualifier de personnel et qui est pourtant jamais la sienne : celle de son père et celle d'une représentation collective. On pourrait alors rapidement évoquer Geert Lovink, fondateur de Institute of Network Culture et professeur à l'Université d'Amsterdam, pour son texte *The art of watching databases*⁷ (2008) où il y théorise le fait que nous ne regardons pas de médias mais bien des databases de médias où l'importance se situe tout autant voire plus dans la recherche, le fait de trouver que dans le fait de regarder un contenu finalement oubliable. Le contenu se retrouve alors noyé par l'augmentation continue de la database, de la liste dont il fait parti. Si je décide d'en parler en le reliant à l'oeuvre de Scourti c'est bien parce que je trouve que la façon dont elle traite et édite ses vidéos, et tout ce qui peut ou à pu la concerner en ligne, s'apparent à un traitement d'archivage ou de database ou l'artiste va piocher et réarranger, re-lis-

ter, réactiver aussi mais par la plateforme Youtube (je pense alors aux sous-titres générés qui servent comme base de texte). Lorsqu'elle choisit les vidéos illustrant son voyage en Grèce elle ne fait alors que piocher dans la database de représentation de vacances en Grèce, les vacances des un-e-s deviennent alors les siennes.

Avec ces artistes nous sommes devant différents questionnements du médium vidéo utilisé comme reflet, archive, questionnement de l'image à travers le fait de se filmer soi-même. Leurs notions de se filmer ou de filmer sa vie transparaissent de la volonté de rendre ce rapport d'intimité, que l'on pense acquis, comme questionnable. Dès la mise en place d'une possibilité de se filmer de façon rapprochée il y a eu questionnement, remise en cause et expérimentation du médium. On peut d'ailleurs revenir à Trine Bjørkmann Berry qui, en parlant du fait d'insister sur le visage dans les vidéoblogs, nous parle du livre *Milles Plateaux* (1980) co-écrit par le philosophe Gilles Deleuze et le philosophe et psychanalyste Félix Guattari. Ils y parlent en quoi le visage peut être lu comme un langage et comment les plans rapprochés dans les films traitent alors le visage comme un paysage. En quoi le rapport écran et caméra se rapporte alors au visage. Il n'est alors pas étonnant que l'image de soi par la vidéo se soit développé et s'est exacerbée jusqu'à devenir une pratique quotidienne pour certaines personnes. •



Conclusion

A travers mes différentes analyses et exemples j'ai voulu dresser un début d'état des lieux de ce que peut être et de ce que peut représenter les vlogs aujourd'hui en terme d'image. Si, en effet, les vlogs témoignent d'une volonté de voir son image je pense cependant qu'il faut s'éloigner de la tentation à tenir un discours exclusivement négatif. Car, tout comme le selfie, le vlog est souvent jugé comme étant uniquement un acte narcissique. Pourtant, si s'intéresser à l'image de l'autre c'est s'intéresser à son image il me semble que l'inverse peut tout aussi bien être vrai. Parfois, se regarder c'est aussi apprendre à se situer, à se comprendre et donc à situer et comprendre ceux qui nous ressemblent ou nous sont différents. Si l'image, et surtout l'image de l'autre, est aujourd'hui au centre de nos vies on peut également voir cela comme une opportunité d'analyser notre monde d'une autre manière tout en restant conscient.e.s de l'origine de ces images, pourquoi elles nous sont montrées et ce qu'elles veulent nous dire.



YouTubers Promoting Sketchy Products (Kenza...

1. Thumbnail d'une vidéo de la chaîne tiffanyferg tenue par Tiffany Ferguson où elle explore différentes facettes d'internet et de YouTube.



So Sorry.

56M views • 1 year ago

CC

2. Thumbnail de la vidéo d'excuse de Logan Paul, publiée le 2 janvier 2018.

On observe d'ailleurs une certaine auto-réflexivité de la plateforme puisque des youtubeu-r-se-s remettent en questions les pratiques des utilisat-eur-ric-e-s du site¹. On peut alors imaginer la possibilité d'un travail commun afin de trouver des formes et des langages viables sur le site. Tout comme les videobloggers cherchaient à définir leur langages et leurs attitudes sous forme de communauté. D'ailleurs, YouTube a également accueilli de nombreux scandales qui ont, à mon sens, permis de lancer des discussions sur des sujets pertinents. On pourrait parler de notions d'éthique de l'image en ligne avec le scandale créé par le youtubeur Logan Paul. En effet, en décembre 2017 lors de son voyage au Japon il se rend dans la forêt Aokigahara et y filme le cadavre d'un homme s'étant suicidé. Il met en ligne la vidéo où on peut le voir rigoler et s'en moquer avec ses amis. S'en suit le scandale et la condamnation du youtubeur par la plateforme². Cette vidéo à ensuite généré énormément de réactions, de vidéos en parlant, de discussions sur YouTube mais aussi sur les réseaux. La plateforme à elle-même été remise en question pour ne pas avoir retiré la vidéo assez rapidement et n'avoir réprimandé l'acte que tardivement parce que le youtubeur génère énormément de revenus de par sa popularité.

Pour en revenir à l'évolution de la plateforme, mais aussi certains de nos modes de création et d'auto-production de l'image, on a pu voir que le web 2.0 avait signé la disparition des videobloggers et des communautés restreintes pour s'étendre sur de grande plateformes ou réseaux de partage faisant ironiquement disparaître de nombreuses communautés. Il me semble qu'il ne faut pas oublier qu'à notre époque l'obsolescence de nos outils s'accélère de plus en plus. Autant celle du matériel lorsque, par exemple, nous sommes passés de la webcam très basse qualité au portable ultra-performants en près de vingt ans. Mais aussi l'obsolescence des plateformes et des réseaux sociaux, YouTube n'existe que depuis douze ans et à déjà vu s'éteindre des

réseaux sociaux populaires comme MySpace ou encore Dailymotion qui n'a pas disparu mais a vu son attractivité écrasée par la concurrence. Les réseaux expérimentent de plus en plus avec les possibilités de l'image et de l'expression de soi. On peut ainsi penser aussi à l'application Periscope qui permettait de se filmer en direct et d'accéder à ses images venues de partout dans le monde. Très utilisée notamment dans les rassemblements et les manifestations elle est apparue en 2015 et s'est dé-popularisée très rapidement car elle ne répondait plus aux attentes de ses utilisateur·rice·s. Et aujourd'hui la plateforme qui ait connue la plus rapide croissance tous pays confondus, TikTok reprend pourtant les codes de l'application à présent disparue, Vine. On trouve de nombreuses compilations des vidéos TikTok sur YouTube et ces vidéos réalisent des milliers voire des millions de vues très rapidement. Les supports des images et les moyens de la créer s'adaptent donc aux besoins que nous avons mais aussi aux besoins créés par notre environnement capitaliste qui, lui, a besoin que nous soyons dans cette surproduction et surconsommation d'images. D'ici fin 2019 la plateforme a d'ailleurs prévu d'ajouter à leurs termes d'utilisation la possibilité de se débarrasser des comptes YouTube et Google qui ne seraient pas rentables pour la plateforme, sans réellement préciser ce qu'est un compte rentable.

Face à ce constat on se demande alors comment imaginer les plateformes et les images de demain, comment créer des lieux qui nous permettrai d'effectuer ce retrait propre à l'humain·e, un retrait loin des préoccupations financières où on capitalise et s'approprie les images, nos images. Il nous en convient de tenter de les imaginer et de les mettre en formes car nous sommes toutes concerné·e·s que ce soit les utilisateur·rice·s comme les artistes³.

«Le film de demain m'apparaît donc plus personnel encore qu'un roman, individuel et autobiographique comme une confession ou comme un journal intime. Les jeunes cinéastes s'exprimeront à la première personne et nous raconteront ce qui leur est arrivé: cela pourra être l'histoire de leur premier amour ou du plus récent, leur prise de conscience devant la politique, un récit de voyage, une maladie, leur service militaire, leur mariage, leurs dernières vacances, et cela plaira presque forcément parce que ce sera vrai et neuf.

Un film de trois cent millions pour s'amortir doit plaire à toutes les couches sociales dans tous les pays. Un film de soixante millions peut s'amortir simplement sur la France ou en touchant de petits groupes dans beaucoup de pays.

Le film de demain ne sera pas réalisé par des fonctionnaires de la caméra, mais par des artistes pour qui le tournage d'un film constitue une aventure formidable et exaltante. Le film de demain ressemblera à celui qui l'a tourné et le nombre de spectateurs sera proportionnel au nombre d'amis que possède le cinéaste».

3. *Le film de demain sera un acte d'amour*
 article par François Truffaut
 « Vous êtes tous témoins dans ce procès. Le cinéma français crève sous les fausses légendes », Arts, Paris, 15 mai 1957.
 Reproduit dans « Le plaisir des yeux », Paris, Cahiers du Cinéma, 1987, pp. 223-224

Bibliographie & Filmographie

Bibliographie

Alloa Emmanuel, *Entre transparence et opacité – ce que l'image donne à penser*, in Alloa Emmanuel (dir.), *Penser l'image*, Les Presses du réel, 2010, 304p.

Bjørkmann Berry Trine, *Videoblogging Before Youtube*, in Theory on demand n.27, Institute of Network Cultures, 2018, 166p.

Boehm Gottfried, *Ce qui se montre. De la différence iconique*, in Alloa Emmanuel (dir.), *Penser l'image*, Les Presses du réel, 2010, 304p.

Didi-Huberman Georges, *Rendre une image*, in Alloa Emmanuel (dir.), *Penser l'image*, Les Presses du réel, 2010, 304p.

Gunthert André, *L'image partagée - La photographie numérique*, 2015, 170p.

Klein Naomi, *No Logo*, Picador, 2002, 528p.

Mitchell William John Thomas, *Que veulent réellement les images?*, in Alloa Emmanuel (dir.), *Penser l'image*, Les Presses du réel, 2010, 304p.

Mondzain Marie-Josée, *L'image entre provenance et destination*, in Alloa Emmanuel (dir.), *Penser l'image*, Les Presses du réel, 2010, 304p.

Mondzain Marie-José, *L'image peut-elle tuer?*, Bayard, Coll. Le temps d'une question, 2002, 90 p.

Nancy Jean-Luc, *L'image : mimesis et methexis*, in Alloa Emmanuel (dir.), *Penser l'image*, Les Presses du réel, 2010, 304p.

Roman Mathilde, *Art vidéo et mise en scène de soi*, L'Harmattan, 2008, 240p.

Thély Nicolas, *Vu à la webcam - (essai sur la webintimité)*, Les Presses du réel, 2002

Filmographie

The Red Tapes, réalisé par Acconci Vito, 1976, Etats-Unis.

Because we are visual, réalisé par Jan-Claes Gérard et Rochette Olivia, 2010, Belgique, KASK (Koninklijke Academie voor Schone Kunsten).

Emissions radiophonique & conférences

Les journaux intimes, 2013, La Grande table, animée par Broué Caroline, diffusée le 8 juillet, France Culture.

L'Atelier de Christian Boltanski, 2012, L'Atelier, animé par Yann Chouquet, diffusée le 10 mars, France Inter.

Mondzain Marie-Josée, *Qu'est ce que voir une image?*, Image fixe, Image mouvante, 13 juillet 2004, Paris, Université de tous les savoirs.

Je tiens à remercier Céline Duval pour sa supervision, ses conseils et les connaissances qu'elle a pu m'apporter lors de la rédaction de ce mémoire.

Je souhaiterais également remercier ma mère, Pascale, d'avoir scrupuleusement relu mes textes à la recherche de mes erreurs.

Marion pour ses recommandations de lecture qui m'ont permis de progresser dans mes recherches.

Théo, izzy et Herveline de m'avoir soutenue lors de ces nombreuses heures passées devant l'écran. Ainsi que ma ruche pour leurs encouragements.

Enfin j'aimerais remercier Thierry Topic, Yannick Robillard et Eric Pacotte grâce à qui la forme physique de ce mémoire a pu voir le jour.

Enora Bource
Mémoire écrit dans le cadre
de l'obtention du DNSEP option art
Sous le tutorat de Céline Duval

Police Adobe Garamond Pro et Roboto
Imprimé en 2019
à l'ESAM Caen/Cherbourg

